

---

**HOCHSCHULE  
MITTWEIDA**  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES



Fachbereich Medien

Kaja Voigt

Eventmanagement/ Stadtmarketing: Analyse  
und Konzept des Mittelalterfestes

„Spectaculum Citaviae – Zittau versinkt in die  
Historie“

– Bachelorarbeit –

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Zittau – 2010

---



**Fachbereich Medien**

Kaja Voigt

Eventmanagement/ Stadtmarketing: Analyse  
und Konzept des Mittelalterfestes

„Spectaculum Citaviae – Zittau versinkt in die  
Historie“

– eingereicht als Bachelorarbeit –

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Erstprüfer  
Prof. Dr. phil. L. Hilmer

Zweitprüfer  
Dr. phil. C. Nicolaus

Zittau – 2010

---

---

## **Bibliografische Beschreibung**

Voigt, Kaja

Eventmanagement/ Stadtmarketing: Analyse und Konzept des Mittelalterfestes „Spectaculum Citaviae – Zittau versinkt in die Historie“ – 2010 – 83 S.

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien,  
Bachelorarbeit

## **Referat**

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Mittelalterfest „Spectaculum Citaviae“ in der ostsächsischen Stadt Zittau. Ziel der Arbeit ist es, den Eventcharakter und die Wirtschaftlichkeit der Veranstaltung zu untersuchen und zu analysieren.

Dabei wird vor allem auf das Marketing und die Medienresonanz sowie die Meinung der Veranstalter eingegangen.

Mit verschiedenen Analysen werden die Ziele der Veranstalter sowie Stärken und Schwächen des Festes beleuchtet. Außerdem befasst sich die Arbeit mit Einflüssen der Demografie sowie der Arbeitslosigkeit im Landkreis Görlitz bzw. dem früheren Landkreis Löbau-Zittau und Sachsen. Damit soll untersucht werden, inwiefern diese Einflüsse sich auf die Veranstaltung auswirken.

---

## **Inhalt**

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>1 Einleitung: Faszination Mittelalter.....</b>	<b>8</b>
<b>2 Kultur.....</b>	<b>10</b>
2.1 Freizeitkultur.....	10
2.2 Mittelalterspektakel .....	11
<b>3 Sozialer Lebensraum Löbau–Zittau.....</b>	<b>12</b>
3.1 Soziodemografische Entwicklungen der Region Löbau– Zittau .....	13
3.2 Infrastruktur der Destination .....	19
<b>4 Spectaculum Citaviae – Vorstellung des Mittelalterfestes in     Zittau .....</b>	<b>23</b>
<b>5 Die Entwicklung des Spectaculum Citaviae innerhalb von     zwölf Jahren.....</b>	<b>25</b>
5.1 Planung .....	26
5.2 Sponsoring.....	28
5.3 Entwicklung des Stadtmarketing .....	29
<b>6 Marketing.....</b>	<b>32</b>
6.1 Strategische Analysen der Veranstaltung .....	33
6.1.1 SMART–Strategie .....	33
6.1.2 Stärken–Schwächen–Analyse.....	35
6.1.3 SWOT–Analyse.....	38
6.1.4 STEEP–Analyse.....	44

---

<b>7 Finanzierung des Spectaculum Citaviae im Vergleich zu anderen Festen.....</b>	<b>49</b>
<b>8 Situation, Entwicklung, Stabilität.....</b>	<b>51</b>
<b>9 Medienresonanz.....</b>	<b>52</b>
9.1 Medienanalyse der Sächsischen Zeitung.....	53
<b>10 Zufriedenheitsanalyse der Veranstalter.....</b>	<b>63</b>
<b>11 Einflüsse auf andere Wirtschaftsfaktoren .....</b>	<b>65</b>
11.1 Beherbergungswesen.....	65
11.2 Transportwesen.....	67
11.3 Gastronomie .....	67
<b>12 Schlusswort .....</b>	<b>69</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>72</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>75</b>
<b>Anlagenverzeichnis.....</b>	<b>I</b>
<b>I. Interview mit Wiepke Steudner, Kulturreferentin Zittau .....</b>	<b>II</b>
<b>II. „Wenn Frühjahr ist im Lausitzland“ – Hymne des Spectaculum Citaviae .....</b>	<b>V</b>
<b>III. Ankündigungs-Flyer .....</b>	<b>VI</b>
<b>IV. Programm-Flyer mit Gastronomie-Einleger.....</b>	<b>VII</b>
<b>V. Programm-Flyer ohne Gastronomie-Einleger .....</b>	<b>VIII</b>
<b>VI. Tabellen Beherbergungswesen .....</b>	<b>IX</b>
<b>Erklärung zur selbstständigen Anfertigung .....</b>	<b>X</b>

---

## **Abbildungsverzeichnis**

- Abbildung 1: Demografische Entwicklung Sachsens
- Abbildung 2: Einwohnerzahlen der Stadt Zittau und der Ortsteile
- Abbildung 3: Bevölkerungsprognose der Stadt Zittau für die Jahre 2004–2020
- Abbildung 4: Alterspyramide der Stadt Zittau, Geburtsjahrgänge 1957–2004
- Abbildung 5: Entwicklung der Arbeitslosenquote in Deutschland
- Abbildung 6: Entwicklung der Arbeitslosenquote – März 2005 bis September 2009
- Abbildung 7: Straßenkarte des Zittauer Zentrums
- Abbildung 8: Der Rolandsbrunnen (Marsbrunnen) auf dem Zittauer Marktplatz. Im Hintergrund das Zittauer Rathaus.
- Abbildung 9: Luftaufnahme von der Zittauer Altstadt
- Abbildung 10: Musiker bei der Eröffnung des Spectaculum Citaviae

## **Tabellenverzeichnis**

- Tabelle 1: Landkreisinformationen zum Landkreis Görlitz
- Tabelle 2: Die Feste im Überblick
- Tabelle 3: Stärken–Schwächen–Profil des Spectaculum Citaviae
- Tabelle 4: SWOT–Analyse (Aufbau)
- Tabelle 5: SWOT–Analyse (spezifisch)
- Tabelle 6: Analyse der Sächsischen Zeitung und sz-online 1999–2010 inkl. Quellentabelle

---

## **Abkürzungsverzeichnis**

IHI	Internationales Hochschulinstitut
SZ	Sächsische Zeitung
KVG	Kreisverkehrsgesellschaft Dreiländereck

---

## 1 Einleitung: Faszination Mittelalter

„Das Mittelalter erscheint uns heute oft als düstere Epoche, voller Ritterromantik, Seuchen und Hexenverbrennungen. [...]“ – Ralph Berger, dt. Typograf<sup>1</sup>

Mit viel Ritterromantik hat auch dieses ganz besondere Mittelalterfest zu tun, das in dieser Bachelorarbeit behandelt wird. Die Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse des Spectaculum Citaviae in der ostsächsischen Stadt Zittau. Das Spectaculum Citaviae ist eines der beliebtesten Mittelalterfeste im Landkreis Görlitz. Die Zahlen der Besucher und der aktiven Teilnehmer stiegen von Jahr zu Jahr und erreichen immer wieder unglaubliche Zahlen.

Ob die soziodemografischen Entwicklungen im sozialen Lebensraum Löbau-Zittau einen Einfluss auf die Veranstaltung haben, wird ebenso untersucht wie die Entwicklung dieses großen Mittelalterfestes.

Doch warum ist das Spectaculum Citaviae seit mittlerweile zwölf Jahren so erfolgreich? Das Vorgehen der Veranstalter bei Planung, Sponsorenfindung und stadteigenem Marketing wird im fünften Kapitel beschrieben. Eine ausführliche Analyse der Veranstaltung findet im sechsten Kapitel statt. Natürlich spielt auch die Finanzierung eines so großen Festes eine Rolle – in dieser Arbeit wird diese im siebenten Kapitel beleuchtet. Auch die Veranstalter sollen zu Wort kommen und so werden die Aussagen der Kulturreferentin der Stadt Zittau, Hauptverantwortliche der Arbeitsgruppe Spectaculum,

---

<sup>1</sup> <http://www.zitate.de/db/ergebnisse.php?sz=21&stichwort=&kategorie=Alter&autor=>



---

Wiepke Steudner, im zehnten Kapitel bzw. im ausführlichen Interview im Anhang dargelegt. Ob das *Spectaculum Citaviae* auch auf andere Wirtschaftsfaktoren einen Einfluss hat, das wird im elften Kapitel herausgefunden.

---

## 2 Kultur

### 2.1 Freizeitkultur

Stadtfeste gehören mittlerweile zum festen Bestandteil des öffentlichen Lebens in Städten. Hauptsächlich prägen sie das Image einer Stadt. Sie dienen zur Erhöhung der Attraktivität und zur Steigerung der Identifikation der Bürger mit der Stadt. Viele Kommunen setzen Stadtfeste strategisch ein, um diese Ziele zu erreichen.<sup>2</sup> Doch nicht nur die Kommunen, sondern auch der Einzelhandel und seine Vereinigungen nutzen diese Feste, die meist im Zentrum stattfinden, für Veranstaltungen im öffentlichen Raum.

Viele Stadtfeste haben ein bestimmtes Motto. Dabei reichen die Ideen der Organisatoren oft von Faschingsumzügen, über Weinfeste bis hin zu den in dieser Arbeit behandelten mittelalterlichen Stadtfesten.

Stadtfeste finden meist in der Innenstadt statt. Dabei wird eine öffentliche Fläche genutzt, wodurch die Ansprüche verschiedener Gruppen bei der Planung beachtet werden müssen. Nicht nur die Anwohner, sondern auch die Gastronomie und der Einzelhandel müssen bei der Eventplanung berücksichtigt werden. Entsteht dabei beim Einzelhandel oder der Gastronomie ein Konkurrenzdruck, kann es zu Konflikten kommen.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Holzbaur/Jettinger/Knauß/Moser/Zeller: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 3., erweiterte Auflage. Heidelberg 2005, 357

---

## 2.2 Mittelalterspektakel

Ritterromantik, rauschende Feste, bezaubernde Gewänder, köstliche Speisen und Getränke. Diese Vorstellungen hat der durchschnittliche Besucher wohl vom Mittelalter, wenn er eines der zahlreichen Mittelalterfeste und Ritterspiele besucht. Diese Klischees werden nur zu gern von den Machern dieser Spektakel unterstützt. Zu Recht und mit viel Erfolg: Mittelalterfeste sind beliebter denn je. Die zahlreichen Mittelaltermärkte sind schier unzählbar und erfreuen sich jährlich eines großen Besucherstroms. Dass das wahre Leben in dieser düsteren Epoche wohl nicht so glamourös gewesen ist, interessiert hier weniger.

Fakt ist, dass diese Veranstaltungen oft von einem sehr ähnlichen Muster geprägt sind: Spielmannsleute und Feuerbändiger, Gaukler und Musikanten, Handwerker und Händler, Ritter und Burgfräulein sowie einfache Landleute versetzen die Besucher dieser historischen Feste zurück in eine längst vergangene Zeit.

Das Mittelalter hat viele Fans; es gibt eine eigene Szene mit eigener Musik und Gewandungen, mit spezieller Redensweise und historisch inspirierten Waffen und Accessoires. Doch auch das „normale Fußvolk“ ist begeistert von dieser Zeit.

---

### 3 Sozialer Lebensraum Löbau–Zittau

Am 1. August 2008 trat die Kreisgebietsreform in Kraft, in deren Folge in Sachsen zehn neue Landkreise entstanden sind. Der Landkreis Görlitz besteht dabei aus dem ehemaligen Niederschlesischen Oberlausitzkreis, dem Landkreis Löbau–Zittau und der bis dahin Kreisfreien Stadt Görlitz. Die neue Kreisstadt ist Görlitz, die dem Landkreis auch seinen Namen gibt.<sup>3</sup>

Der Landkreis Görlitz hat eine Fläche von 2.106,1 km<sup>2</sup>, was 11,4 Prozent der Fläche des Freistaates Sachsen entspricht. Damit ist der Landkreis Görlitz der drittgrößte in Sachsen. Es leben hier ca. 282.000 Menschen in 59 Gemeinden, darunter befinden sich 15 Städte. Mit 56.000 hat Görlitz die meisten Einwohner. <sup>3</sup>

Einwohner:	281.076 (Stand: 31.12.2009)
Bevölkerungsdichte:	134 Ew./km <sup>2</sup>
Fläche:	2.106 km <sup>2</sup>
Gemeinden:	59, darunter 15 Städte
Staatsgrenze zur Republik Polen:	ca. 128 km
Staatsgrenze zur Tschechischen Republik:	ca. 65 km
Nord–Süd–Mittel:	ca. 85 km
Ost–West–Mittel:	ca. 30 km

Tab. 1: Landkreisinformationen zum Landkreis Görlitz<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> [www.kreis-görlitz.de](http://www.kreis-görlitz.de)

### 3.1 Soziodemografische Entwicklungen der Region Löbau-Zittau

In Sachsen, und somit auch in Zittau, herrscht ein demografischer Wandel. Die Einwohnerzahlen gehen immer mehr zurück, es herrscht eine zunehmende demografische Alterung der Bevölkerung.

An der TU Chemnitz wurde der Anteil an älteren Menschen ab 65 Jahren in der Gesamtbevölkerung untersucht. Dabei fand man heraus, dass diese Bevölkerungsgruppe in Sachsen am häufigsten vertreten ist, was die folgende Grafik zeigt.

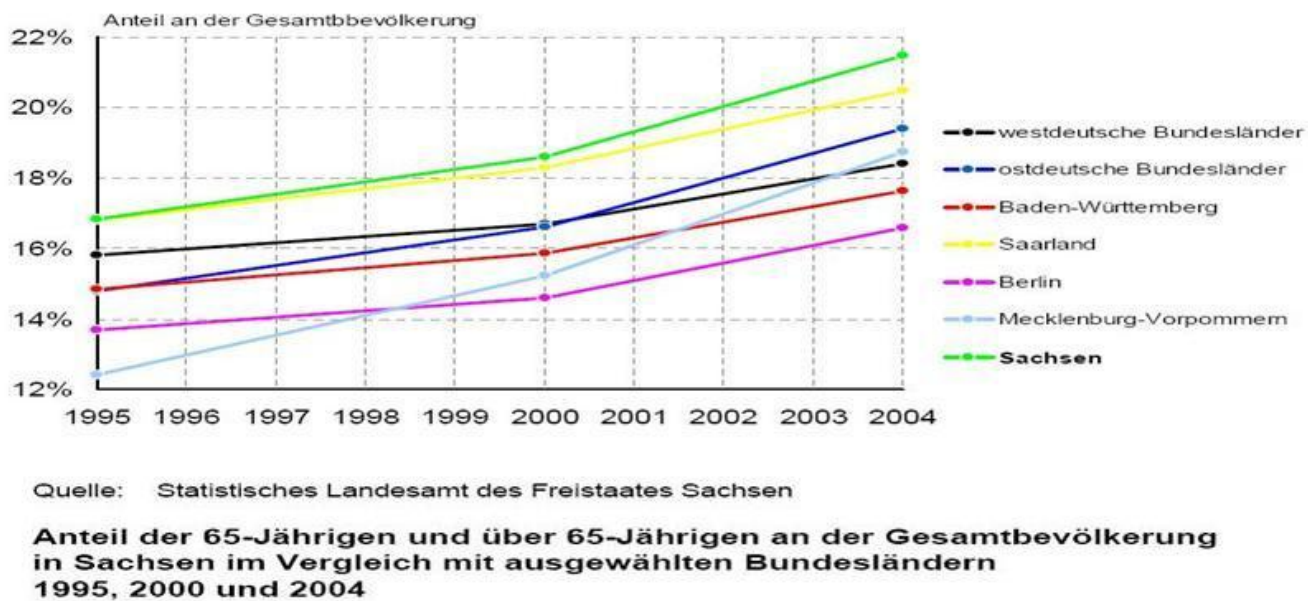


Abb. 1: Demografische Entwicklung Sachsens<sup>4</sup>

Die 65-jährigen und über 65-jährigen waren in Sachsen schon seit 1995 am höchsten. Auch stieg der Anteil dieser Bevölkerungsgruppe

<sup>4</sup> <http://www.tu-chemnitz.de/hsw/soziologie/institut/file-dl-UmFIdW1saWN0ZV9EaXNwYXJpdGFldGVuX2luX1NhY2hzZW4ucHB0-ABUHDysaAgsHAwwZWx4FERMFAQgTAEtUVIdLVFJQSzZXUVhCUVM4ARADDwgGEg4TCRIcHBAKChIdAA8dFQMICRkHCAMAAINIGQUD.ppt>

seit 2000 in allen erwähnten Bundesländern stark an. Der Anteil war in den ostdeutschen Bundesländern bis zum Jahr 2000 geringer als in den westdeutschen Bundesländern. Zur Jahrtausendwende gab es jedoch einen Wechsel dieses Sachverhalts.

Laut einer Volkszählung hatte Zittau 1950 noch 46.692 Einwohner, diese Zahl nahm langsam aber stetig ab und lag 1981 bei 41.122 Einwohnern.<sup>5</sup> Dann nahmen die Einwohnerzahlen im Verhältnis zu den vorhergehenden Jahren rasant ab. Heute beträgt die Einwohnerzahl Zittaus – inkl. der Eingemeindungen – nur noch 28.078.

### Einwohnerzahlen der Stadt Zittau und der Ortsteile

	31.05.2010	30.06.2010	Entwicklung
Zittau	21.764	21.709	- 55
Dittelsdorf	878	881	+ 3
Drausendorf	197	196	- 1
Eichgraben	766	764	- 2
Hartau	565	565	0
Hirschfelde	1.629	1.617	- 12
Pethau	574	579	+ 5
Schlegel	995	989	- 6
Wittgendorf	782	778	- 4
<b>Zittau gesamt</b>	<b>28.150</b>	<b>28.078</b>	<b>- 72</b>

*Quelle: Einwohnermelderegister/Statistik  
Stand: 01.07.2010*

Abb. 2: Einwohnerzahlen der Stadt Zittau und der Ortsteile<sup>6</sup>

<sup>5</sup> <http://www.verwaltungsgeschichte.de/zittau.html>

<sup>6</sup> Zittauer Stadtanzeiger Nr. 218 vom 10.07.2010

---

Laut einer Bevölkerungsprognose der Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO) von 2009 ist der Trend weiterhin sinkend. Im Jahr 2020 werden nur noch rund 20.000 Menschen in der Region leben, wie man der untenstehenden Grafik entnehmen kann.

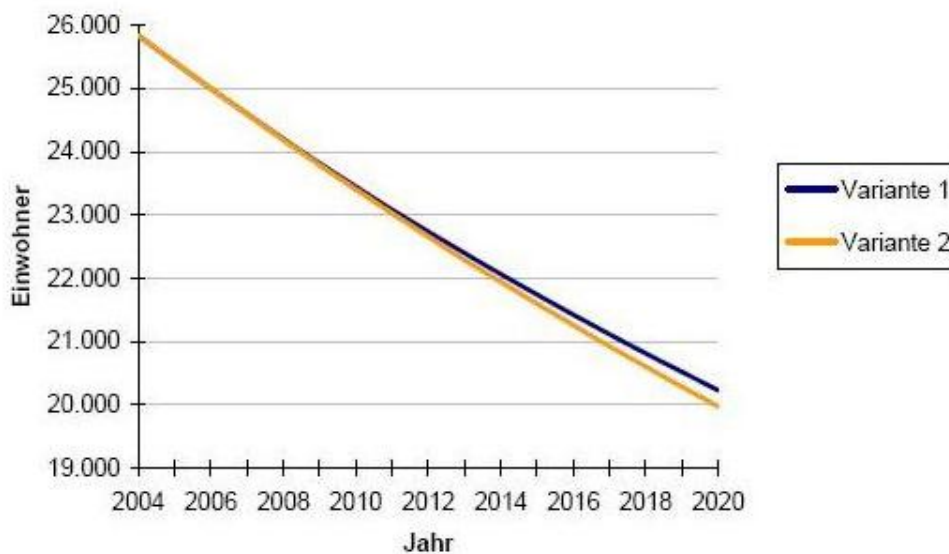


Abb. 3: Bevölkerungsprognose der Stadt Zittau für die Jahre 2004–2020<sup>7</sup>

In der Bevölkerungsprognose wurden zwei Varianten erarbeitet, wie die Einwohnerzahlen im Jahr 2020 aussehen könnten.

Auch eine Alterspyramide der Zittauer Stadtentwicklungsgesellschaft mbH zeigt deutlich, dass in den vergangenen 20 Jahren immer weniger Kinder geboren werden. Deshalb redet man ab 1990 auch von den geburtenschwachen Jahrgängen.

---

<sup>7</sup> [http://www.euregia-bodensee.de/\\_ccms/download.php?attachment=grosse.pdf](http://www.euregia-bodensee.de/_ccms/download.php?attachment=grosse.pdf)

## Alterspyramide Stadt Zittau

Geburtsjahrgänge 1957 bis 2004 (Stichtag: 31.12.2004)

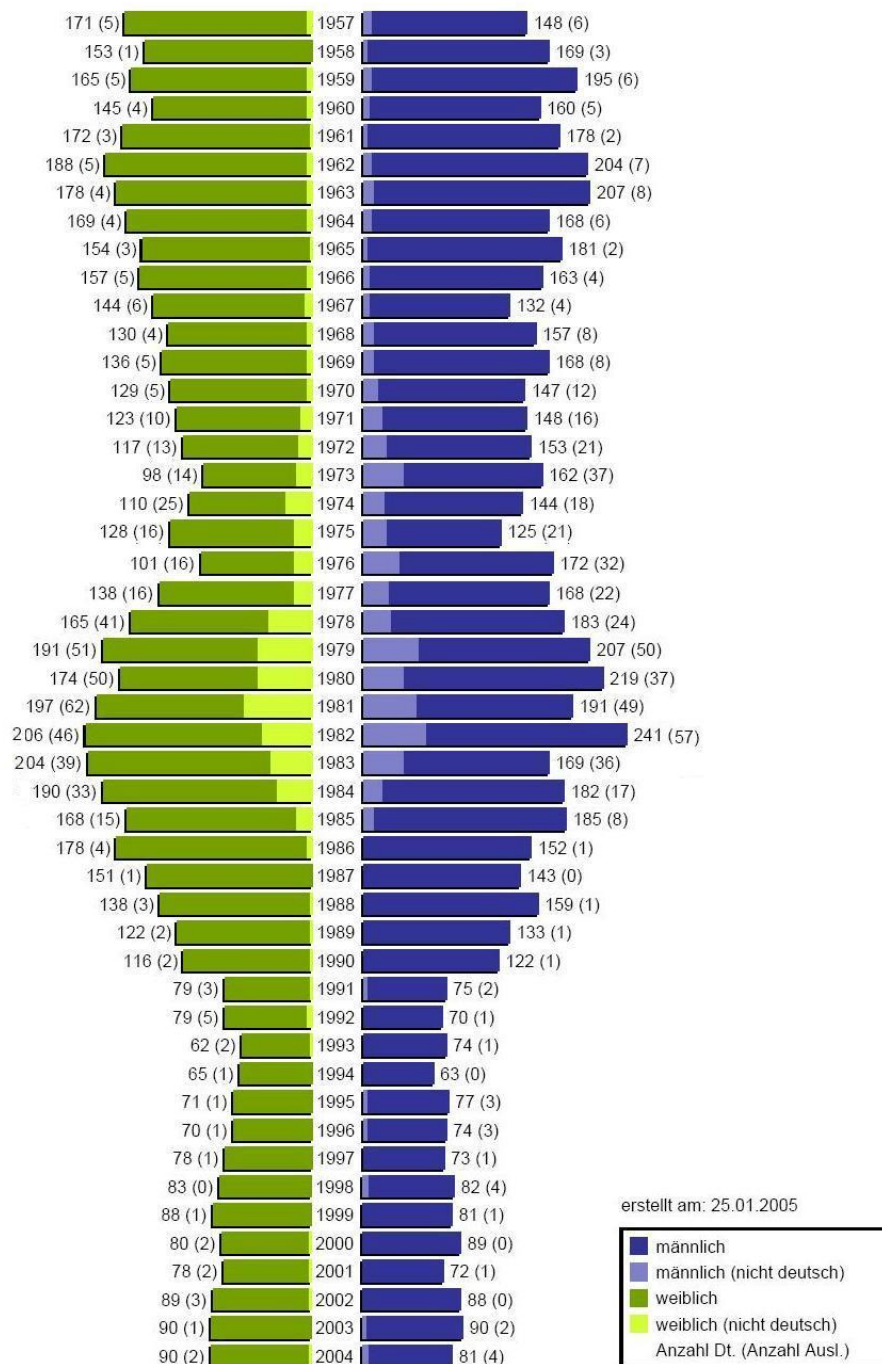


Abb. 4: Alterspyramide der Stadt Zittau, Geburtsjahrgänge 1957–2004<sup>8</sup>

<sup>8</sup> <http://www.stadtsanierung-zittau.de/download/Alterspyramide.pdf>



Bei den demografischen Entwicklungen werden hier nur die Altersgruppen betrachtet. Ob diese einen Einfluss auf das Spectaculum Citaviae haben, wird im Laufe der Arbeit geklärt.

Doch nicht nur die demografischen Entwicklungen, sondern auch die Arbeitslosenquoten im Kreis Görlitz bzw. im früheren Landkreis Löbau-Zittau sind auf den ersten Blick eher negativ zu bewerten. Die Arbeitslosenquoten im gesamten Bundesgebiet fielen zwar seit 2005, wie man der unten stehenden Grafik entnehmen kann, jedoch ist Deutschland weit von der Vollbeschäftigung entfernt. Seit 2009 steigen die Arbeitslosenquoten sogar wieder an.

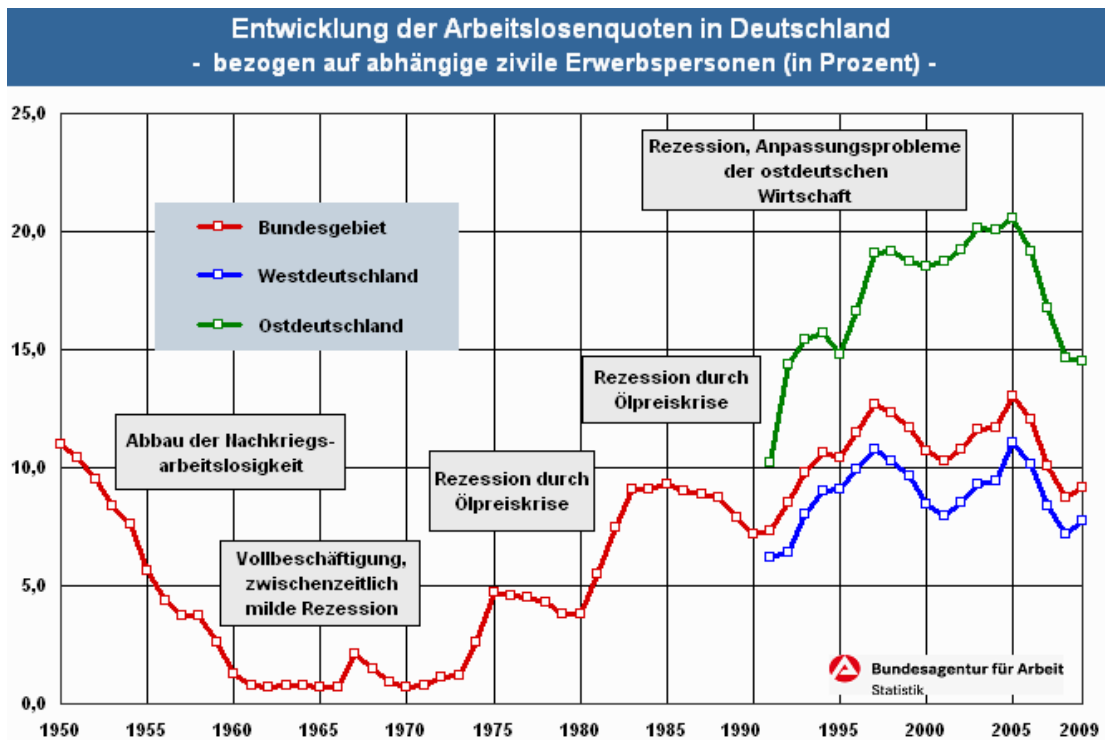


Abb. 5: Entwicklung der Arbeitslosenquote in Deutschland<sup>9</sup>

Besonders im Osten Deutschlands gibt es verhältnismäßig zu viele Arbeitslose und Geringverdiener. Dies wirkt sich natürlich auch auf

<sup>9</sup>

[http://www.pub.arbeitsagentur.de/hst/services/statistik/000000/html/start/gif/b\\_aloq\\_zr.shtml](http://www.pub.arbeitsagentur.de/hst/services/statistik/000000/html/start/gif/b_aloq_zr.shtml)

die Kaufkraft der Menschen aus. Vor allem im Grenzgebiet zu Polen und Tschechien, allem voran im Kreis Görlitz, sind die Zahlen im Vergleich zu Sachsen allgemein um 2,4% höher.

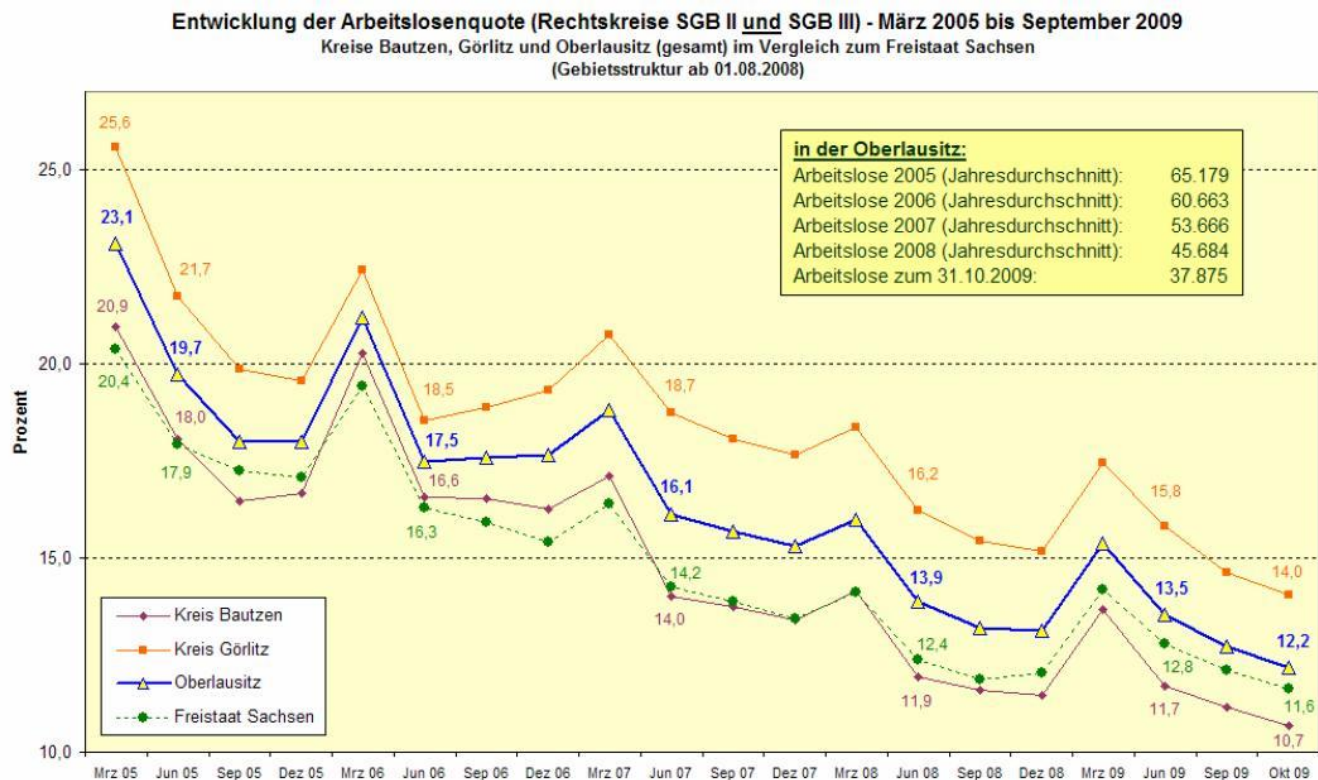


Abb. 6: Entwicklung der Arbeitslosenquote – März 2005 bis September 2009<sup>10</sup>

Allein in den Jahren 1999 bis 2004 stieg der Bestand an Arbeitslosen von 15.474 auf 16.565 um rund 1000 Arbeitslose an. Diese negativen Zahlen setzen sich bis heute fort.<sup>11</sup> Am 1.August 2008 trat außerdem die Kreisreform in Sachsen in Kraft. Dadurch veränderten sich die Einwohnerzahlen in den einzelnen Kreisen, weshalb bis

<sup>10</sup> [http://www.euregia-bodensee.de/\\_ccms/download.php?attachment=grosse.pdf](http://www.euregia-bodensee.de/_ccms/download.php?attachment=grosse.pdf)

<sup>11</sup> <http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Kreise-Nav.html>

---

2008 vom Kreis Löbau-Zittau und ab 2008 vom Kreis Görlitz gesprochen wird.

Im Jahr 2008 gab es im Kreis Löbau-Zittau bei 138.772 Einwohnern (Einwohnerzahl vom 31.12.2007) im Berichtsmonat Mai 10.859 Arbeitslose. Die Arbeitslosenquote belief sich deshalb auf 16,4%.

Der Landkreis Görlitz hat 281.076 Einwohner (Einwohnerzahl vom 31.12.2009), davon sind insgesamt 19.684 Menschen von Arbeitslosigkeit betroffen, dementsprechend belief sich die Arbeitslosenquote auf 14,3%. Diese Zahlen beziehen sich ebenfalls auf den Berichtsmonat Mai.<sup>12</sup>

Im Vergleich lebten im Jahr 2008 im Kreis Löbau-Zittau 142.304 Menschen weniger als im Jahr 2010 im Kreis Görlitz. Trotzdem liegt eine Differenz von 8.825 Arbeitslosen vor.

Die Arbeitslosenzahlen sind tatsächlich sehr hoch, dies scheint sich auch in den nächsten Jahren nicht zu ändern. Die möglichen Auswirkungen auf das Spectaculum Citaviae werden später in dieser Arbeit erläutert.

### **3.2 Infrastruktur der Destination**

Das Straßennetz von Zittau mag auf den ersten Blick etwas unübersichtlich erscheinen, ist aber bei genauerer Betrachtung durchaus vorteilhaft. Das Zentrum der Stadt wird durch den grünen Ring vom Rest der Stadt getrennt. Diese Hauptverkehrsstraße verläuft entlang der ehemaligen Stadtmauer um die Innenstadt. Sämtliche Straßen

---

<sup>12</sup> <http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Kreise-Nav.html>

innerhalb des grünen Rings sind Tempo-30-Zonen. Die Veranstaltung findet hauptsächlich im nördlichen Teil der Innenstadt statt.

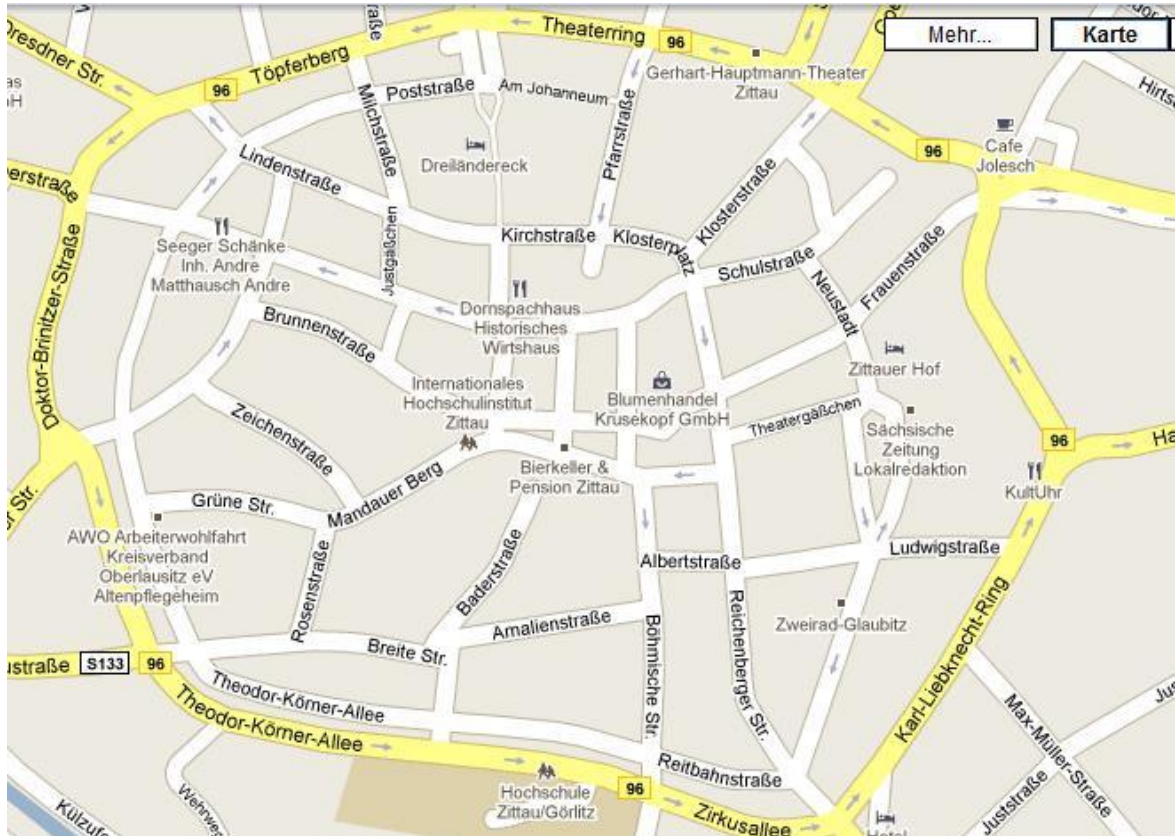


Abb. 7: Straßenkarte des Zittauer Zentrums<sup>13</sup>

Alle Veranstaltungsorte sind für Lieferanten mit dem PKW oder LKW zu erreichen. Die Aufbauarbeiten beginnen in der Regel einen Tag vor der Veranstaltung.

Das Parken um das Zentrum herum gestaltet sich schwieriger. Im Zentrum, kurz vor dem Veranstaltungsgelände, befindet sich ein Parkhaus. Die darin befindlichen Parkplätze reichen jedoch für eine solche Veranstaltung nicht aus. Um die Innenstadt herum gibt es mehrere Straßen, in denen kostenfrei geparkt werden kann. Allge-

<sup>13</sup> Google Maps, 2010

---

mein ist aber zu sagen, dass eine Parkplatzknappheit herrscht, wenn das Zentrum für Veranstaltungen gesperrt ist.

Auch für die Sicherheit während des Spectaculums ist gesorgt: Zwar gibt es keine extra dafür engagierte Securityfirma, jedoch sind Polizei und Feuerwehr im Einsatz, um beispielsweise das große Feuerwerk am Ende der Veranstaltung abzusichern. Das Spectaculum Citaviae ist eine sehr friedliche Veranstaltung bei der nie größere Probleme auftreten. Trotzdem sind die Veranstalter auf sämtliche Notfälle vorbereitet, so beispielsweise auch mit Sanitätern und dem Gemeindevollzug.

Das Zentrum von Zittau ist perfekt für ein mittelalterliches Spektakel dieser Art. Es schafft mit seinen vielen kleinen Gassen und Straßen, den alten Häusern, Kirchen und Brunnen eine gelungene Atmosphäre. An vielen Straßenecken trifft man Feuerkünstler, kann Ritterspiele beobachten oder sich von mittelalterlichen Klängen in die Vergangenheit tragen lassen. Die Straßen sind gesäumt von Ständen der Gastronomen und Händler, die zum Teil aus der Region, zum Teil aus Deutschland und der Welt kommen. Einer der größten Plätze am Veranstaltungsort ist der Zittauer Marktplatz.





Abb. 8: Der Rolandsbrunnen (Marsbrunnen) auf dem Zittauer Marktplatz.  
Im Hintergrund das Zittauer Rathaus.<sup>14</sup>



Abb. 9: Luftaufnahme von der Zittauer Altstadt<sup>15</sup>

<sup>14</sup> <http://de.academic.ru/pictures/dewiki/122/zittau-rathaus.jpg>

<sup>15</sup> Zittauer Stadtentwicklungsgesellschaft mbH, 2008

---

#### 4 Spectaculum Citaviae – Vorstellung des Mittelalterfestes in Zittau

Auf der Homepage der Stadt Zittau wird das Spectaculum Citaviae jedes Jahr mit einer Pressemitteilung vorgestellt:

„Traditionell wird alljährlich am Abend vor Christi Himmelfahrt in Zittaus historischer Innenstadt die Zeit um mehrere Jahrhunderte zurück gedreht. Dann finden sich in den engen Straßen und auf den weiten Plätzen der Stadt Händler, Handwerker, Gaukler und Musikanten, Ritter, Landleute und Burgfräulein ein und lassen das Mittelalter wieder aufleben.

1999 hatte das Spectaculum Citaviae mit der „Nacht der Gaukler und Musikanten“ seinen noch recht bescheidenen Anfang genommen. Seither verspricht das mittelalterliche Bürgerfest jährlich viel Kurzweil und Freude. Ob sagenhaft, zauberhaft oder fabelhaft, ob zünftig oder betucht, stets haben die Organisatoren sich bemüht, mittels eines doppeldeutigen Mottos die Phantasie aller Mitwirkenden und Gäste anzuregen. Für jeden Geschmack und vielerlei Genuss, akustisch wie kulinarisch, ist reichlich gesorgt.“<sup>16</sup>

Mit dieser Pressemitteilung warb die Stadt im Jahr 2010 für das Spectaculum Citaviae. Die Veranstaltung 2010 zum zwölften Mal statt. Es ist nach wie vor eines der beliebtesten Feste im Jahr, wie auch die Besucherzahl von ca. 15.000 – bei rund 28.000 Einwohnern – zeigt.

---

<sup>16</sup> [http://www.zittau.de/6\\_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm](http://www.zittau.de/6_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm), 13.04.2010

---

Das Fest verfügt sogar über eine eigene Hymne. Mit diesem Lied wird jährlich das *Spectaculum Citaviae* vom Balkon des Rathauses aus eröffnet, der Text ist auf dem Flyer abgedruckt und viele der Besucher und Mitwirkende singen es mit. Zur Eröffnung gibt es einen traditionellen Festumzug durch die Innenstadt, bei dem Musik gespielt wird und sich die Mitwirkenden vorstellen.

Das *Spectaculum* lebt von seinen Mitwirkenden, jedes Jahr beteiligen sich hunderte Freiwillige, Vereine und Schulen am Programm. Viele Bands, Musiker, Chöre und Kammerorchester verleihen dem Fest einen musikalischen Rahmen. Alle Mitwirkenden treten in Gewandung auf und auch die Händler, Handwerker und Gastronomen kleiden sich historisch und schmücken dementsprechend ihre Stände. Rund 1000 freiwillige Mitwirkende machen das Fest außergewöhnlich.



Abb. 10: Musiker bei der Eröffnung des *Spectaculum Citaviae*<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> [www.OberlausitzTV.de](http://www.OberlausitzTV.de)



---

## 5 Die Entwicklung des Spectaculum Citaviae innerhalb von zwölf Jahren

Im Jahr 1999 fing alles noch sehr klein an: 16 Programmpunkte konnte man in dieser ersten „Nacht der Gaukler und Musikanten“ finden. Dies hat sich im Laufe der Jahre sehr gewandelt und mittlerweile auf rund 60 erhöht. An 21 Veranstaltungsstätten und Bühnen erwartet die Besucher allerlei Speis und Trank, Musik und Gaukelei, Handwerkskunst und Ritterspiel. Zwölf Jahre vorher begnügten sich die Zuschauer noch mit sieben Aufführungsorten.

Das Spectaculum Citaviae ist stetig gewachsen und hatte in jedem Jahr ein doppeldeutiges Motto. Dies kann man der folgenden Tabelle entnehmen.

1999	2000	2001	2002
02.07.1999 I. Spectaculum Die Nacht der Gaukler und Musikanten	31.05.2000 II. Spectaculum Sagenhaftes Zittau	23.05.2001 III. Spectaculum Zünftiges Zittau	08.05.2002 IV. Spectaculum Zauberhaftes Zittau
2003	2004	2005	2006
28.05.2003 V. Spectaculum Märchenhaftes Zittau	19.05.2004 VI. Spectaculum Phantastisches Zittau	04.05.2005 VII. Spectaculum Traumhaftes Zittau	24.05.2006 VIII. Spectaculum Fabelhaftes Zittau

---

2007	2008	2009	2010
16.05.2007 IX. Spectaculum Betuchtes Zittau	24.05.2008 X. Spectaculum Das Zehnte	20.05.2009 XI. Spectaculum Schillerndes Zittau	12.05.2010 XII. Spectaculum Sprudelndes Zittau

Tab. 2: Die Feste im Überblick<sup>18</sup>

Bereits im zweiten Jahr war ein einheitliches Werbedesign gefunden, welches in jedem Jahr durch ein passendes Bild zum Motto angepasst wird. Anfangs noch mit einem Kupferstich der Altstadt und in schwarz-weiß beworben, bekam das Spectaculum ab dem zweiten Jahr eine gleichbleibende Schrift und ein einheitliches Design mit einem Bild eines Mitwirkenden auf dem Flyer, der passend zum jeweiligen Thema mal als Handwerker oder Ritter, mal als Fabelwesen oder Märchenprinzessin abgebildet wurde.

## 5.1 Planung

Die erste Idee zum Spectaculum entstand 1998 am Internationalen Hochschulinstitut in Zittau. Anfangs sollte die Veranstaltung zwei bis drei Tage dauern, diese Idee wurde jedoch bereits nach kurzer Zeit wieder verworfen. Die Entwicklung und Realisierung des ersten Spectaculum Citaviae dauerte eineinhalb Jahre, wobei das IHI keine Agentur für die Planung engagieren wollte. Es sollten laut Wiepke Steudner, der Hauptverantwortlichen der Arbeitsgruppe Spectaculum, Menschen veranstalten, die sich für die Stadt engagie-

---

<sup>18</sup> [http://www.zittau.eu/6\\_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm](http://www.zittau.eu/6_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm)

---

ren wollten. Im ersten Jahr hielt man die Sitzungen noch im Internationalen Hochschulinstitut ab, danach wurde die Veranstaltung an die Stadt abgegeben. Anfangs fand das Fest nur in der Neustadt statt, es wurden Überlegungen angestellt, ob das Festgebiet gleich bleiben sollte. Man beschloss, das Fest auf die gesamte Innenstadt auszuweiten, was bereits zum zweiten Spectaculum geschah.

Seit Beginn der Veranstaltung gibt es ein Collegium, welches für die Planung verantwortlich ist. Dieses hat sich seit dem kaum verändert und besteht aus folgenden Einrichtungen:

- Euroregionales Kulturzentrum St. Johannis Zittau e.V.
- Stadtverwaltung Zittau
- Gerhart-Hauptmann-Theater Zittau
- Städtische Museen Zittau
- Vertreter der Zittauer Gaststätten
- Hochschule Zittau/Görlitz
- HILLERSCHE VILLA – Soziokultur im Dreiländereck
- Verein zur beruflichen Förderung von Frauen in Sachsen e.V.
- Evangelisch-lutherische Kirchgemeinde Zittau
- Kultur- und Weiterbildungsgesellschaft mbH
- Internationales Hochschulinstitut Zittau
- Deutsches Rotes Kreuz/Ortsverband Oderwitz

Seither läuft die Planung weitestgehend gleich ab. Im Oktober findet die erste Beratung für das Spectaculum des darauf folgenden Jahres statt. Am Anfang wird nach einem Thema gesucht, wenn ein Thema gefunden ist, wird über ein Motiv für die Werbemittel beraten. Es gibt durchschnittlich zehn Beratungen pro Spectaculum und zusätz-

---

lich eine technische Sitzung, bei der Vertreter der Stadtwerke, der Sparkasse, der städtischen Dienstleistungsgesellschaft, der Feuerwehr sowie des Bürgeramts anwesend sind.

## 5.2 Sponsoring

Die Suche nach Sponsoren ist eines der wichtigsten Instrumente im Veranstaltungsbereich. Das Sponsoring ist ein Instrument der Kommunikation, sowohl für den Veranstalter als auch für den Sponsor. In der Regel nutzt der Sponsor die Veranstaltung für seine Unternehmenskommunikation. In der Regel stellt ein Sponsor Geld, Sachzuwendungen oder Dienstleistungen zur Verfügung.<sup>19</sup>

Die Hauptsponsoren des *Spectaculum Citaviae* sind seit Beginn die Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien (damals noch Sparkasse Löbau-Zittau) und die Stadtwerke Zittau. Sie sind gleichberechtigte Partner und können eigene Ideen bei der Planung mit einbringen.

Punktuell werden auch andere Sponsoren mit eingebracht, um bestimmte Dinge abzusichern. Dabei soll es sich immer um eine Firma aus Zittau oder der Umgebung handeln. Außerdem wird das *Spectaculum* von der Werbegemeinschaft unterstützt, wodurch es Sonderpreise bei der Werbegestaltung und beim Druck gibt.

Jedes Jahr soll es außerdem einen Sponsor geben, der zum jeweiligen Motto des Jahres passt. Im Jahr 2010 beim Thema „Sprudelndes Zittau“ war dies die Elektronikfirma Digades, welche hauptsächlich Software für verschiedene Bereiche entwickelt.

---

<sup>19</sup> Holzbaur/Jettinger/Knauß/Moser/Zeller: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 3., erweiterte Auflage. Heidelberg 2005, 357

---

## 5.3 Entwicklung des Stadtmarketing

Wie das Sponsoring ist auch das Marketing für ein solches Event eines der wichtigsten Instrumente. Durch eine bestimmte Zieldefinition, die Art und den Namen eines Events soll aus der Veranstaltung ein Produkt, im besten Fall eine Marke werden. Mit dem Marketing werden alle Bedürfnisse der möglichen Kunden befriedigt. Dafür gibt es die verschiedenen Instrumente im Marketing-Mix:

- Produktpolitik (u.a. Programm und Service)
- Preispolitik (u.a. Eintrittspreise, Preise für Speisen und Getränke)
- Distributionspolitik (u.a. Ticketing, Logistik der Besucher)
- Kommunikationspolitik (u.a. Einladungen, Plakate, Flyer)<sup>20</sup>

Das Marketing wurde schon immer direkt von der Arbeitsgruppe Spectaculum übernommen. Das Programm wird gemeinschaftlich in mehreren Sitzungen erarbeitet, wie bereits im Kapitel „Planung“ erläutert wurde. Zum Programm gehört gleichzeitig der Service: Die verschiedenen Unterhaltungsprogramme sind die Dienstleistungen für die Kunden – in diesem Fall die Besucher.

Die Preispolitik gestaltet sich zumindest bei den Eintrittspreisen einfach: Es gibt keine. Da das Spectaculum Citaviae ein Fest für Jedermann sein soll, wie die Veranstalter wiederholt betonen, ist in diesem Fall der Eintritt zur Veranstaltung frei. Darauf wurde seit

---

<sup>20</sup> Holzbaur/Jettinger/Knauß/Moser/Zeller: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 3., erweiterte Auflage. Heidelberg 2005, 357

---

dem ersten Spectaculum großen Wert gelegt. Preise für Speisen und Getränke werden von bzw. mit den Gastronomen festgelegt.

Da der Eintritt zum Spectaculum kostenfrei ist, gibt es kein Ticketing. Bei der Logistik der Besucher gibt es zum Teil Probleme: Es sind nicht genügend Parkplätze in direkter Veranstaltungsnähe vorhanden. In den ersten Jahren stellten die Parkplätze noch kein Problem dar, je mehr Menschen jedoch das Spectaculum besuchen, desto dringender wird der Anspruch auf genügend Parkplätze. Außerdem will der für den Raum zuständige Verkehrsbetrieb nicht mit den Veranstaltern zusammenarbeiten, um spezielle Sonderlinien einzurichten.

Die Werbemittel werden meistens von den grafischen Werkstätten Zittau gedruckt. Da diese zur Werbegemeinschaft gehören, sind sie auch ein Teilsponsor des Spectaculum.

Die Gestaltung der Werbemittel übernimmt die Druckerei ebenfalls, allerdings kommen die Ideen, sämtliche Texte und Artikel immer von den Organisatoren selbst. Gedruckt werden Plakate, Flyer und einige große Werbebanner. Die Vorschläge für die Druckerei werden in der dritten oder vierten Sitzung vorgebracht, bzw. die Ideen der Druckerei werden in diesen Sitzungen vorgestellt. Das einheitliche Design stand bereits seit dem II. Spectaculum Citaviae fest.

In den ersten Jahren gab es noch ein Plakat und zwei Flyer. Der erste Flyer war wie eine Einladung an die Bürger der Stadt und der Umgebung gestaltet, in dem jeder Bürger eingeladen und das Thema des nächsten Spectaculum bekannt gegeben wurde. Dieser Flyer wurde immer am Jahresbeginn ausgegeben. Da das Fest mittlerweile jedoch so bekannt ist und auch der Zeitpunkt, nämlich am Abend

---

vor Himmelfahrt, feststeht, rentierte sich dieser Flyer nicht mehr und wurde abgeschafft.

Seitdem gibt es nur noch den zweiten Flyer – den Programmflyer für das Spectaculum. Dieser wird meistens vier Wochen vor Beginn der Veranstaltung ausgelegt bzw. bei anderen Großveranstaltungen verteilt. Anzumerken wäre noch, dass es bei den anfänglichen Veranstaltungen außerdem einen Gastronomie-Flyer gab, der in den Programmflyer eingelegt wurde. Die Gastronomen entschieden sich jedoch relativ schnell, den Platz für die Handwerker freizugeben, da der Gastronomie-Flyer recht unübersichtlich war und es sinnvoller erschien, den Handwerkern eine Extraplattform zu geben.

---

## 6 Marketing

Das Spectaculum Citaviae ist eine Veranstaltung, dementsprechend wird hier Dienstleistungsmarketing betrieben. Dieses ist dadurch gekennzeichnet, dass das angebotene Produkt immateriell ist, weshalb für Dienstleistungen ein Trägermedium benötigt wird. In diesem Fall ist das der Mensch. Kennzeichnend für Dienstleistungen ist, dass dafür ein Image geschaffen werden muss, was wiederum durch eine Corporate Identity erfolgt. Diese kann durch Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Service erzeugt werden.<sup>21</sup>

Doch auch mit verschiedenen Analysen kann ein Unternehmen bzw. ein Veranstalter sein Event zum Erfolg führen.

---

<sup>21</sup> Weis, Marketing. 9., überarbeitete und erweiterte Auflage. Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1995, 588



---

## 6.1 Strategische Analysen der Veranstaltung

### 6.1.1 *SMART-Strategie*

Die SMART-Strategie erklärt die Ziele eines Unternehmens:

- S – pecific (spezifisch)
- M – easurable (messbar)
- A – greed (vereinbart)
- R – ealistic (realistisch)
- T – imed (zeitbezogen)

Damit ist gemeint, dass die Ziele spezifiziert werden müssen. Sie müssen messbar und unter allen Organisatoren vereinbart worden sein. Das heißt, dass bei den Zielen ein Erfolg (oder im schlimmsten Fall Misserfolg) zu sehen sein muss und dass jeder Mitarbeiter über die Ziele Bescheid wissen muss. Die Ziele müssen im Zeitraum und in ihrer Zielsetzung umsetzbar und realisierbar sein.<sup>22</sup>

Die im Marketing angestrebten Ziele leiten sich, wie alle übrigen funktionalen Teilziele, aus den Unternehmenszielen ab. Die Unternehmensziele gliedern sich u.a. in Finanz- und Marketingziele. Dabei werden die Marketingziele noch einmal untergliedert in Produkt-, Distributions- und Kommunikationsziele.<sup>23</sup>

Das Finanzziel des Spectaculums ist wie bei jeder Veranstaltung ein wirtschaftlicher Gewinn. Durch die vielen freiwilligen Mitarbeiter und das Mitwirken der Vereine im Landkreis können die Veranstalter

---

<sup>22</sup> o.V. a

<sup>23</sup> Weis, Marketing. 9., überarbeitete und erweiterte Auflage. Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1995, 588

---

Geld sparen, was an anderer Stelle für besondere, „eingekaufte“ Künstler verwendet werden kann. Es werden auch Gelder für externe Securityfirmen gespart, da die Feuerwehr sowie die Polizei für Sicherheit sorgen.

Die spezifischen Marketingsziele für die beleuchtete Veranstaltung sind sehr umfangreich. So soll beispielsweise das kulturelle und soziale Leben in Zittau angekurbelt werden. Das Spectaculum Citaviae ist nicht nur ein großes Straßenfest. Es finden auch Konzerte in Kirchen statt, es gibt im Vorndherein Workshops für Mitwirkende (wie beispielsweise das Maskenbasteln in der Hillerschen Villa zum VIII. Spectaculum)<sup>24</sup>, und da die Veranstaltung generationenübergreifend ist, ist es natürlich auch eine Art Familienfest.

Das Spectaculum dient auch dazu, dass die Zittauer ein hohes Werturteil von ihrer Stadt haben. Sie sollen sich mit ihrer Stadt identifizieren können und gerne hier leben wollen. Das Spectaculum Citaviae ist eines der beliebtesten Feste der Bürger, beispielsweise kommen viele Studenten oder junge Leute, die in den alten Bundesländern oder anderen Städten arbeiten, extra wegen des Spectaculums nach Zittau zurück, so die Kulturreferentin der Stadt.

Ein wohl etwas geringeres aber durchaus existierendes Ziel ist es auch, das Fest für Urlauber und Touristen ansprechend zu gestalten und somit einen guten Ruf Zittaus auch außerhalb der Region zu schaffen. So soll beispielsweise das MDR Fernsehen mit dem Sachsenspiegel von der Veranstaltung berichten. Dies ist eines der höheren Ziele der nächsten Zeit. Bisher hat sich das MDR Fernsehen allerdings noch nicht beteiligt.

---

<sup>24</sup> Sefrin, Mario: Ohren kleben fürs Spectaculum. In: Sächsische Zeitung, 27.05.2006

Es gab natürlich auch Ideen, die gescheitert sind, weil sie aufgrund der hohen Besucherzahlen nicht umsetzbar sind. So sollte zum Beispiel die mittelalterliche Stadtführung, welche es schon seit vielen Jahren in Zittau gibt, mit eingebunden werden. Durch die vielen Besucher und das damit verbundene Gedränge auf den Straßen und Gassen der Stadt wurde diese Idee jedoch wieder verworfen.

### 6.1.2 Stärken–Schwächen–Analyse

Aufgabe einer Stärken–Schwächen–Analyse ist es, ein Profil der wichtigsten Leistungsfaktoren des Unternehmens zu erstellen, die jeweiligen Stärken und Schwächen zum stärksten Konkurrenten zu ermitteln und daraus Erkenntnisse für die eigene Kompetenz zu gewinnen. Mit Hilfe eines Stärken–Schwächen–Profils kann eine Veranschaulichung der Beurteilung des Unternehmens, des Bereichs, der Produktgruppe bzw. des Produktes erfolgen.<sup>25</sup>

	Positiv			Negativ		
<i>Produkt</i>		x				
<i>Marktanteil</i>				x		
<i>Preis</i>		x				
<i>Kundendienst</i>		x				
<i>Image</i>	x					
<i>Finanzsituation</i>			x			
<i>Marktsituation</i>			x			

Tab. 3: Stärken–Schwächen–Profil des Spectaculum Citaviae<sup>23</sup>

<sup>25</sup> Weis, Kompakt–Training Marketing, 1. Auflage, Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1999, 183

---

Das Produkt ist in diesem Fall die Veranstaltung, das Mittelalterfest Spectaculum Citaviae. Direkt in Zittau ist dies die einzige Veranstaltung dieser Art.

Der Marktanteil im Allgemeinen ist eher negativ zu bewerten, da es deutschlandweit unzählige Mittelalterfeste gibt. Auch in der Region gibt es viele dieser Feste. Vergleichbar sind beispielsweise die Oybiner Ritterspiele, das Altstadtfest in Görlitz oder das mittelalterliche Stadtfest in Bautzen. Allerdings ist das Spectaculum Citaviae das erste Mittelalterfest im Jahr – es ist rund drei Monate vor dem Altstadtfest in Görlitz. Die Ritterspiele in Oybin sind auch kein Mittelalterfest im eigentlichen Sinne. Sie finden mehrmals in den Sommermonaten statt und sind eine wesentlich kleinere Veranstaltung als das Spectaculum. Und da für das Fest in Bautzen Eintritt verlangt wird, fällt auch dieses aus der Bewertung heraus, da es in Zittau durch den freien Eintritt wesentlich mehr Publikum gibt. Von daher ist es schwierig, einen Marktanteil für das Spectaculum Citaviae zu ermitteln.

Den Preis der Veranstaltung kann man nur positiv einordnen. Beim Spectaculum gibt es keine Eintrittspreise und auch die Preise für die gastronomische Versorgung liegen im sind angemessen im Vergleich zu dem örtlichen Durchschnittseinkommen. Auch bei den Handwerksständen stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis.

Der Kundendienst bezieht sich in diesem Fall auf verschiedene Komponenten. Dies fängt schon bei der passenden Werbung an: Diese wird vier Wochen vor der Veranstaltung zum einen in der Fußgängerzone in Form von großen Bannern, die quer über die Straße gespannt bzw. am Rathaus angebracht werden, platziert, und zum

---

anderen liegen Flyer in sämtlichen Bars und Kneipen sowie in der Tourist Information.

Dem Publikum werden während des Festes an jeder Ecke Unterhaltung geboten, sei es durch Musikanten, durch Feuerspucker, durch Akrobaten oder Gaukler. An den Gastronomie- und Präsentationsständen werden die Besucher schnell bedient. Punktabzug beim Kundendienst gibt es leider durch mangelnde Beförderungsmittel. Die (Stadt-)Busse fahren zwar regulär auch zwischen den Dörfern, allerdings nur bis zum frühen Abend. Nach dem offiziellen Ende des Spectaculums fahren keine öffentlichen Verkehrsmittel mehr. Die Verkehrsgesellschaft weigert sich bislang, spezielle Spectaculum-Sonderlinien zur Verfügung zu stellen.

Dies ändert jedoch nichts am guten Ruf der Veranstaltung. Das Spectaculum hat ein tadelloses Image bei den Besuchern, den Medien und den Stadträten und wird alljährlich bestens unterstützt. Die enormen Besucherzahlen zeigen, wie beliebt das Fest bei den Bürgern und selbst bei Urlaubern ist. So planen laut Wiepke Steudner viele Touristen ihren Urlaub so, dass sie zum Spectaculum in Zittau sein können.

Die finanzielle Situation lässt sich weder sehr positiv, noch sehr negativ einordnen. Durch freiwillige Helfer, ein gutes Sponsoring bei zwei der größten Unternehmen der Region und durch die Einnahmen am Abend kann die Veranstaltung finanziert werden.

Bei der Marktsituation verhält es sich ähnlich. Sie ist weder besonders positiv noch besonders negativ zu bewerten. Viele Besucher haben nicht sehr viel Geld zur Verfügung, was jedoch durch den freien Eintritt und die günstigen Gastronomiepreise wieder ausgeglichen wird.

---

Das Spectaculum Citaviae ist also im Allgemeinen eine sehr positiv zu bewertende Veranstaltung. Sie schafft ein gutes Werturteil bei den Besuchern, hat ein fabelhaftes Image und ist ein einmaliges Produkt. Extrem negativ kann man keine der Leistungsfaktoren bewerten.

### 6.1.3 SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse ist eine Erweiterung der Stärken-Schwächen-Analyse. Sie beinhaltet neben den unternehmensinternen Stärken und Schwächen auch externe Chancen und Risiken.<sup>26</sup> Der Name der SWOT-Analyse kommt aus dem Englischen:

S – trengths (Stärken)

W – eaknesses (Schwächen)

O – pportunities (Möglichkeiten/Chancen)

T – hreats (Gefahren/Risiken)

	Externe	Chancen	Risiken
<b><i>Unternehmensspezifische</i></b>			
<i>Stärken</i>		Investieren (I)	Absichern (II)
<i>Schwächen</i>		Ausgleichen (III)	Absicherung (IV)

Tab. 4: SWOT-Analyse (Aufbau)<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Kotler, Marketing Management. International Edition. 11. Auflage. New Jersey 2003, 836

<sup>27</sup> Weis, Kompakt-Training Marketing, 1. Auflage, Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1999, 183

---

*Nachfolgend eine Definition der Felder nach Weis:*

- „I... Feld I gibt eine Situation wieder, in der durch investieren ein Marktdurchbruch geschafft werden kann.
- II... Feld II zeigt auf, dass bei den externen Risiken die Marktsituation abgesichert werden soll.
- III... In Feld III sollen die Schwächen beseitigt werden.
- IV... In Feld IV nimmt man eine Basisabsicherung auf dem Markt vor.“<sup>28</sup>

*Bei Kotler/Keller/Bliemel die SWOT-Analyse wie folgt beschrieben:*

Die Chancen und Risiken beziehen sich auf organisationsexterne Faktoren, die sich auf die Zukunftsaussichten des Unternehmens auswirken können. Bei der Auflistung sollten auch mögliche eigene Gegenmaßnahmen dargestellt werden. Die Stärken und Schwächen stellen die unternehmensinternen Faktoren dar. Die Stärken zeigen die Strategien, die das Unternehmen mit Erfolg zum Einsatz bringen könnte. Die Schwächen zeigen wiederum, was im Unternehmen bzw. beim Produkt verbesserungswürdig ist.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Weis, Kompakt-Training Marketing, 1. Auflage, Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1999, 183

<sup>29</sup> Kotler/Keller/Bliemel, Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln. 12., aktualisierte Auflage, München 2007, 1261

---

*Eigene Interpretation:*

Unternehmens–Intern:

Die **Stärken** sollen zu Kernkompetenzen ausgebaut werden.

**Schwächen** sollen reduziert bzw. gemieden oder in Stärke umgewandelt werden.

Unternehmens–Extern:

**Chancen** sollen genutzt werden.

**Risiken** sollen reduziert bzw. gemieden oder in Möglichkeiten/Chancen umgewandelt werden.

Die SWOT–Analyse führt zu Strategien und Aktionen, um zwei Ziele zu verwirklichen: Zum einen finanzielle und zum anderen Marketingziele. Die Finanzziele beschreiben nicht nur den Gewinn einer einzelnen Veranstaltung, sondern auch die langfristige Kapitalrendite und einen Gewinn für das laufende Geschäftsjahr. Mit dem Marketing werden beispielsweise Bekanntheit, Umsatzsteigerung und Werte vermittelt, was für ein solches Fest wesentliche Ziele sind.

**SWOT–Analyse des Spectaculum Citaviae**

	Externe	Chancen	Risiken
<i>Unternehmensspezifische</i>			
<i>Stärken</i>		Investieren (I) <ul style="list-style-type: none"><li>• Namen und Themen</li></ul>	Absichern (II) <ul style="list-style-type: none"><li>• Zeitpunkt</li></ul>



---

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• immer am Tag vor Himmelfahrt</li> <li>• Design der Werbemittel</li> </ul>	
<i>Schwächen</i>		Ausgleichen (III) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ähnliche Abläufe jedes Jahr</li> </ul>	Absicherung (IV) <ul style="list-style-type: none"> <li>• schwache finanzielle Lage der Besucher</li> <li>• Hochwasser 2010</li> </ul>

Tab. 5: SWOT-Analyse (spezifisch)

#### Feld I – Stärken & Chancen:

Das Spectaculum ist immer am Tag vor Himmelfahrt. Dadurch, dass jährlich der gleiche Tag gewählt wird, merken die Besucher sich den Tag besser und wissen immer, wann die Veranstaltung stattfindet. Außerdem kommen an diesem verlängerten Wochenende immer viele Touristen ins Gebirge, weshalb das Spectaculum auch von Urlaubern besucht wird. Dies wird bei den Tourismuszahlen deutlich, welche vom Statistischen Landesamt des Freistaates Sachsen erstellt wurden.

Die doppeldeutigen Namen und Themen machen das Fest interessanter. Beispielsweise kann man das Thema des V. Spectaculum Citaviae „Märchenhaftes Zittau“ zum einen auf das

---

märchenhaft schöne Fest beziehen, zum anderen können sich Besucher als Märchenprinz oder -prinzessin im mittelalterlichen Stil kleiden. Viele Besucher tun dies auch gern, um ein besonderes Flair aufkommen zu lassen. Die verschiedenen Themen geben Anlass dazu, sich immer wieder etwas Neues einfallen zu lassen. Außerdem gibt es die Möglichkeit, das schönste Kostüm des Abends zu küren, was bei früheren Festen auch schon getan wurde, wie auch die Sächsische Zeitung berichtete.<sup>30</sup>

Ein gleichbleibendes Design der Werbemittel erzeugt bei den Besuchern Aufmerksamkeit und schafft einen Erinnerungswert für die Veranstaltung. Vier Wochen vor dem Spectaculum wird mit der Plakatierung begonnen, und selbst wenn man die Schrift vom Weiten noch nicht genau lesen kann, weiß man trotzdem, um welche Veranstaltung es sich handelt.

Das Spectaculum ist ein Fest für jeden, es gibt keine Altersbegrenzung. Es werden Programmpunkte für Besucher jeden Alters angeboten: Vom Kind bis zum Rentner ist für jeden etwas dabei.

Die zahlreichen Besucher werden auch durch den kostenfreien Eintritt immer wieder zum Spectaculum gezogen. Deswegen haben die Arbeitslosenzahlen keinen direkten Einfluss auf die Besucherzahlen.

Jährlich beteiligen sich ca. 1000 freiwillige Mitwirkende, deshalb müssen wenige Statisten bezahlt werden, wodurch ein finanzieller Gewinn gewährleistet werden kann. Durch die vielen Mitwirkenden

---

<sup>30</sup> Lange, Jan: Eigene Hymne soll „Spectaculum“ bereichern. Die besten Kostüme der Besucher werden beim sechsten Mittelalterspektakel am 19.Mai prämiert. In: sz-online, 18.03.2004

---

ist außerdem eine gewisse Grundzahl an Besuchern sichergestellt, z.B. Freunde und Verwandte der Mitwirkenden.

#### Feld II – Stärken & Risiken:

Eine Stärke ist der frühe Zeitpunkt im Jahr, da sich die Veranstalter so den Winter über auf das Spectaculum vorbereiten können. Die Besucher freuen sich auf das erste große Straßenfest im Jahr bei meistens schönem Wetter. Eben dieses kann den Veranstaltern jedoch auch im Wege stehen. Der Zeitpunkt im Mai ist riskant, das Wetter kann sehr unbeständig sein.

#### Feld III – Schwächen & Chancen:

Beim Spectaculum finden jährlich ähnliche Abläufe statt. Dies könnte auf die Dauer langweilig auf die Besucher wirken. Durch wechselnde Themen und entsprechende Programmpunkte entsteht jedoch Abwechslung, bei der sich die Besucher mit entsprechenden Kostümen auch gern beteiligen.

#### Feld IV – Schwächen & Risiken:

Die finanziell immer schwächer werdende Lage der Besucher in Ostsachsen könnte problematisch für den finanziellen Gewinn der Veranstaltung werden. Zwar sind die Besucherzahlen seit Jahren gleichbleibend hoch, was dem kostenfreien Eintritt zu verdanken ist, allerdings können sich die Arbeitslosenzahlen negativ auf die Kaufkraft auswirken.

---

Auch die demografischen Entwicklungen der letzten Jahre sind nicht sehr positiv: Immer mehr alte Menschen leben im Landkreis, die Jugend wandert in industrielle Ballungsgebiete ab. Das Risiko, dass Zittau „veraltet“ ist groß.

Ein weiteres Problem könnte das Hochwasser vom August 2010 darstellen. Viele Menschen in der Region sind direkt betroffen und müssen den großen Schaden finanzieren. Hinzu kommt, dass viele nicht gegen Hochwasserschäden versichert sind und somit die Schäden allein tragen müssen. Die Besucherzahlen mögen zwar gleich bleiben, allerdings sinkt die Kaufbereitschaft für Handwerkskunst und Gastronomie.

#### ***6.1.4 STEEP-Analyse***

Die STEEP-Analyse spiegelt das Makro-Umfeld der Veranstaltung wider.<sup>31</sup>

- S – ociological (sozio-kulturell)
- T – echnological (technologisch-naturwissenschaftlich)
- E – conomic (ökonomisch/wirtschaftlich)
- E – cologic (ökologisch)
- P – olitical (politisch)

---

<sup>31</sup> o.V. b

---

### *Sozio-kulturelle Lage der Stadt*

Im Landkreis herrscht zwar ein durchschnittlicher Wohlstand, allerdings gibt es eine hohe Arbeitslosenquote, was auch die Arbeitslosenzahlen der Stadt bzw. der Region belegen.

Zittau ist eine Kleinstadt mit insgesamt ca. 28.000 Einwohnern. Es gab in den letzten Jahren eine große Zahl der Eingemeindungen. Besucher kommen aus einem Umkreis von ca. 30–40 km.

Die Alterststruktur zeigt, dass viele ältere Menschen in Zittau und Umgebung leben. Durchschnittlich steigen zwar die Geburtenzahlen ein wenig an, sind jedoch mit den Zahlen der achtziger Jahre nicht mehr vergleichbar. In Zittau leben immer mehr Menschen, die über 65 Jahre alt sind.

Traditionen werden beim Spectaculum vor allem bei den Handwerkern aufgegriffen, z.B. gibt es viel Töpferhandwerk aus Dörfern der Umgebung, aber auch neue Traditionen werden geschaffen, z.B. die Hymne des Spectaculum.

### *Technologisch-naturwissenschaftliche Einflüsse*

Die Innenstadt wird am Tag der Veranstaltung vollständig gesperrt, sodass genug Zeit für den Aufbau bleibt. Die Infrastruktur ist auch für Lieferanten sehr gut ausgebaut.

Die Bodenbeschaffenheit ist teilweise sehr ungünstig, da der historische Marktplatz mit glattem blauem Basalt gepflastert und deshalb etwas holprig ist. Dies kann allerdings von den Organi-

---

satoren nicht beeinflusst werden und bezieht sich lediglich auf zwei große Plätze.

Stromlieferanten sind die Stadtwerke Zittau, welche gleichzeitig einer der Hauptsponsoren des Spectaculum sind.

Leider gibt es keine Zusatzlinien der Busgesellschaft, obwohl bereits wiederholt von Besuchern danach gefragt wurde. Die Veranstalter versuchen auch nach wie vor, die Zittauer Verkehrsgesellschaft zu einer Spectaculum-Sonderlinie zu überreden.

Sonderlinien würden sich insofern lohnen, da es rund um die Innenstadt eine knappe Anzahl von Parkplätzen gibt, und bei den meisten Besuchern bestehen feste Ankunfts- und Abreisezeiten, da Beginn und Ende der Veranstaltung von vornherein feststehen.

Für die Sicherheit wird vom Gemeindevollzug, der Polizei sowie der Feuerwehr gesorgt, eine spezielle Security-Firma ist nicht im Einsatz.

### *Ökonomisch/wirtschaftliche Betrachtungen*

Das Zentrum ist für die innerstädtischen Bewohner von Zittau schnell zu erreichen, für Besucher von außerhalb gibt es sowohl kostenfreie als auch kostenpflichtige Parkmöglichkeiten in der direkten Nähe. Diese sind jedoch begrenzt, so ist beispielsweise das Parkhaus in der unmittelbaren Nähe der Innenstadt und des Festgeländes jedes Jahr sehr gut besucht. Somit ist dies eine ausgezeichnete Einnahmequelle für die Stadt Zittau.

Wie schon erwähnt ist durch die relativ hohe Arbeitslosenrate im Osten die Kaufkraft geringer als in anderen Städten, aber

---

da der Eintritt frei ist gibt es dadurch keine geringeren Besucherzahlen.

### *Ökologische Faktoren*

Die Landschaft, die Region allgemein (Zittauer Gebirge) und das Stadtbild sind anziehend für Urlauber. Zwar sind viele Teile der Stadt sanierungsbedürftig, doch können sich viele Touristen für das Zittauer Gebirge und die schöne Altstadt von Zittau begeistern.

Das Wetter kann im Mai sehr unbeständig sein, es ist allerdings meistens schon relativ warm, weshalb der Zeitpunkt für das Spectaculum gut gewählt ist. Es ist die erste große Veranstaltung des Jahres und zieht sogar bei schlechtem Wetter viele Besucher an.

Flüsse gibt es in direkter Nähe zum Veranstaltungsgelände nicht, sodass keine Gefahr von dieser Seite besteht. Allerdings wird Zittau mit seinen 17 Zierbrunnen auch die „Stadt der Brunnen“ genannt, was wiederum ein sehr angenehmes Stadtklima bzw. -bild erzeugt. Die Brunnen, insbesondere der 300-jährige Schwanenbrunnen, gaben auch dem Thema des XII. Spectaculum den Namen „Sprudelndes Zittau“.

### *Politische Einflüsse*

Politische Einflüsse gibt es weniger, die Veranstaltung wird vom Stadtrat positiv begleitet. Die Arbeitsgruppen sind frei von politi-

---

schen Einflüssen und es gibt jedes Jahr Unterstützung vom Oberbürgermeister.



---

## 7 Finanzierung des Spectaculum Citaviae im Vergleich zu anderen Festen

Das Spectaculum Citaviae ist ein Volksfest bei dem kein Eintrittsgeld verlangt wird, denn es ist ein Fest für jedermann, zu dem jeder Zutritt haben soll. Dies betonen auch die Organisatoren immer wieder. Deshalb gibt es von dieser Seite keinerlei Finanzierungsmöglichkeiten. Der finanzielle Rahmen ist also eher gering.

Die Stadt gibt wenig Geld, bietet jedoch umfangreiche Leistungen an. So sind die Leistungen der Feuerwehr und der Polizei kostenfrei, auch die Dienstleistungsgesellschaft bringt sich umfangreich ein.

Einnahmen sollen über den Verkauf von Merchandise-Artikeln erzielt werden. Beispielsweise gibt es verschiedene Artikel wie Plüschtiere und Schlüsselanhänger des Stadtmaskottchens, dem „Zwiebelchen“, in mittelalterlicher Tracht zu erwerben. Auch mit dem Verkauf des „Traumsterns“ bzw. der Spectaculum-Leuchstäbe wird das Spectaculum mitfinanziert.<sup>32</sup> Früher gab es den „Traumstern“, dies war ein kleiner leuchtender Gummistern, den die Besucher erwerben konnten. Aus dem Stern wurde mittlerweile allerdings ein Leuchstab. Diesen Merchandise-Artikel können die Besucher jährlich beim Spectaculum für 2,50 € kaufen. Sämtliche Einnahmen werden ausschließlich zur Mitfinanzierung des Festes genutzt.

Es werden auch sämtliche Standgebühren sowie andere Gebühren direkt für das Spectaculum genutzt. Diese Gebühren sind aller-

---

<sup>32</sup> Dornich, Angelika: Fabelhaftes Spectaculum mit Fuchs und Barde. Zum mittelalterlichen Treiben am morgigen Mittwoch sprach die SZ mit der Kulturreferentin der Stadt. In: sz-online, 23.05.2006

---

dings eher gering, weshalb das Fest hauptsächlich über das Sponsoring finanziert wird.

Im Gegensatz dazu werden andere Feste, wie das Stadtfest, durch die vielen Werbesponsoren finanziert. Bei anderen Veranstaltungen gibt es außerdem Eintrittsgelder, mit denen diese Kosten getragen werden.

---

## 8 Situation, Entwicklung, Stabilität

Die derzeitige Situation des Spectaculum Citaviae ist sehr gut. Jedes Jahr gibt es tausende Mitwirkende und Besucher aus ganz Deutschland sowie den Nachbarländern Tschechien und Polen.

Über die Jahre hinweg entwickelte sich die Besucherzahl kontinuierlich nach oben, obwohl die Demografie sowie die Arbeitslosenquote des Landkreises eher negativ zu bewerten ist. Doch durch das vielseitige kulturelle Angebot, welches ohne Zweifel generationenübergreifend ist, sowie den freien Eintritt, stehen auch diese negativen Zahlen dem Fest nicht im Wege. Wo es 2001 noch an die 400 Mitwirkende gab, waren es bereits im Jahr 2004 über 1000, auch die Besucherzahl liegt seit Jahren bei über 15.000.<sup>33</sup>

Ob es durch die Hochwasserkatastrophe im August 2010, bei der auch Zittau und die umliegenden Dörfer stark betroffen waren, Einschränkungen geben wird, wird sich in den nächsten Jahren zeigen.

---

<sup>33</sup> Sächsische Zeitung

---

## 9 Medienresonanz

Die meisten medialen Beiträge bringen die Sächsische Zeitung, der Wochenkurier und der Oberlausitzer Kurier. Die letzteren beiden sind insofern sehr nützlich, da sie kostenfrei sind und jeder Haushalt in Zittau und Umgebung diese Zeitungen bekommt.

In der Sächsischen Zeitung erscheinen sowohl vor als auch nach dem Spectaculum Beiträge über das Fest. So besuchen die Reporter der SZ ca. 14 Tage vorher die einzelnen Gruppen und Darsteller bei den Proben und berichten über die Vorbereitungen. Nach dem Spectaculum gibt es einen Beitrag zum Verlauf und den Besonderheiten.

Was den Hörfunk betrifft, so gibt es Beiträge beim „Kultursommer-Programm“ des MDR und Radio Lausitz. Dabei gibt es kein Medium, was mehr oder weniger stark über das Spectaculum berichtet, die Verteilung ist relativ gleich.

Ziel der Veranstalter ist es, Beiträge beim „Sachsenspiegel“ im MDR zu bekommen, was jedoch zeitlich bedingt bisher noch nie funktioniert hat.

---

## 9.1 Medienanalyse der Sächsischen Zeitung

Seit Beginn des Spectaculum Citaviae berichtet die Sächsische Zeitung über das Fest. Dabei gibt es immer eine Ankündigung vor der Veranstaltung und einen Bericht danach.

Die Artikel erscheinen sowohl in der gedruckten Ausgabe, als auch seit 2001, bei SZ-online, jedoch gab es in den meisten Jahren unterschiedliche Berichte in den verschiedenen Ausgaben. Es zeigt sich jedoch bei beiden Ausgaben ein durchaus positiver Trend. Auch bei den Journalisten gibt es ein fast ausschließlich positives Feedback der Journalisten. Natürlich gibt es hin und wieder auch negative Berichterstattungen, allerdings hat nur sehr selten etwas beim Spectaculum nicht funktioniert. Diese seltenen Fälle wurden natürlich erwähnt, allerdings betonte man immer wieder, wie beliebt und erfolgreich das Fest ist.

In den Artikeln lässt sich sehr gut die Entwicklung des Spectaculum verfolgen. Fast jährlich wird von den Zahlen der Handwerker und Gastronomen berichtet. In den ersten beiden Jahren waren die Zahlen noch sehr überschaubar, es beteiligten sich damals lediglich acht Gaststätten und fünf Betriebe des Gastronomiehandels. Doch diese Zahlen änderten sich schnell: 2004 schrieb man bei der SZ-online von 50 Präsentations- und 30 Gastronomieständen, zwei Jahre später waren es 55 Handwerker und knapp 50 Gastronomen und noch einmal vier Jahre später, nämlich 2010, nahmen wieder 50 Handwerker und nun schon 60 Gastronomen am Spectaculum teil.

---

Die Zahl der Mitwirkenden stieg noch rasanter an als die der Gastronomiestände. Beim zweiten Spectaculum im Jahr 2000 beteiligten sich ca. 100 Mitwirkende, ein Jahr später waren es „rund 400 aktive Gestalter“, wie die SZ berichtete, und 2005 hatte die Zahl der Mitwirkenden 1000 erreicht.

2008 gab es – zumindest bei SZ-online – eine Zusammenfassung der Jahre 1999 bis 2008, in der noch einmal die Zahlen der Besucher und der aktiven Teilnehmer aufgezählt wurden. Auch die Themen der vergangenen Jahre wurden noch einmal genannt.

In der folgenden Tabelle wurden die wichtigsten Aussagen der SZ (sowohl der gedruckten Form als auch der Onlineplattform) zusammengestellt. Bei den kursiv dargestellten Zitaten handelt es sich um Zitate von sz-online, die Zitate in normaler Schrift entstammen der gedruckten Ausgabe.

<b>Jahr</b>	<b>Gastronomie &amp; Handwerker</b>	<b>Mitwirkende</b>	<b>Besucher, Zahlen &amp; Aussagen</b>	<b>Sonstiges</b>
<b>1999</b>	„Ab 21Uhr wurden die Bratwürste knapp, 22Uhr das Bier.“ *		„Die Organisatoren rechneten mit ein paar Hundert Zuschauern. Tausende kamen“.*	<p>„Das ist nur die Generalprobe für das ‚Spectaculum Citaviae‘, [...] ‚Die Premiere findet im kommenden Jahr statt.‘“</p> <p>„Leider bezog sich das Erlebnis dieser Dinge oft nur auf eine rein optische Wahrnehmung, denn vom Gesagten verstanden viele nichts[...]Trotzdem dürften die ersten ‚Zittauer Nächte‘ für viele ein unvergessliches Erlebnis gewesen sein.“</p>
<b>2000</b>	<p>„Acht Gaststätten und fünf Betriebe des Gastronomiehandels machen mit.“ *</p> <p>„Beim ersten Spectaculum im vorigen Jahr war die Zittauer Gastronomie über-</p>	„Die Gewerbetreibenden und Personal werden sich auch in mittelalterlichem Flair präsentieren.“		„Das Spectaculum sollte endgültig einen festen Platz im Zittauer Kalender bekommen.“

	fordert. Das passiere dieses Jahr nicht noch einmal[...]“			
<b>2001</b>		„[...]rund 400 anderen aktiven Gestaltern.“	„Pessimisten hatten es im Vorfeld der III. Zittauer Nächte ganz genau vorhergesehen: Dieses Mal aber nun würden deutlich weniger Leute kommen. [...]Tausende - und nicht nur aus Zittau - kamen auch zu dieser dritten Nacht.“	„[...]weil sie kurzfristig für ein paar ‚ausgefallene‘ Musikanten in die Bresche gesprungen waren.“  „Das Theater verleiht 600 Kostüme.“*
<b>2002</b>	„Die Gastronomie hätte besser laufen können, denn der ‚Rubel‘ rollte an diesem Abend gehörig.“	„[...]Mit seinem Reiz zog es dafür Tausende aus den umliegenden Orten an.“	„[...] auch die Gäste kamen im passenden Outfit.“	„In der Johanniskirche lauschten nicht nur zahlreiche Gäste dem Konzert des Collegium musicum und des St. Bartholomäus-Chores aus Hradek. „  „Manche fanden allerdings auch: ‚Eindeutig zu viele Menschen!‘“
<b>2003</b>		„[...]Seit vier Tagen arbeiten sie bei einem Maskenbau-Workshop in der Hillerschen Villa mit.“	„Für klaustrophobisch veranlagte Gemüter kann es mancherorts [...] regelrecht ungemütlich werden.“	„Wer sich jetzt erst auf den Weg nach Zittau macht, hat zu tun, einen Parkplatz fürs Gefährt zu finden. Sogar das Parkhaus ist voll.“



				<i>„Auf dem Markt prasselt ein großes Feuer (natürlich gut bewacht von der Feuerwehr)“</i>
<b>2004</b>	<i>„Neben den rund 50 Präsentations- und rund 30 Gastronomieständen werden sechs Bühnen aufgebaut.“</i>	<i>„Auch polnische und tschechische Künstler gehören zu den rund 1 000 Mitwirkenden.“</i>		<i>„[...]eigens fürs sechste Spectaculum Citaviae komponierte Lied.“</i>  <i>„Wichtigste Stütze des Mittelalterspektakels sind aber auch diesmal die zahlreichen Handwerker und Händler, die der Veranstaltung die Treue halten und damit ganz wesentlich zum besonderen Flair beitragen.“</i>  <i>„Höhepunkt wird die Prämierung des besten Kostüms sein. Dem Aufruf der Veranstalter, sich dem Thema entsprechend zu verkleiden, sind bei den vergangenen Veranstaltungen immer mehr Besucher</i>

				gefolgt.“
<b>2005</b>		„An die 1 000 Mitwirkende treten auf.“	„Das erste Spectaculum wurde ein riesengroßer Erfolg. Und das jährliche Fest erzählt seitdem seine eigene Erfolgsgeschichte.“	„Sieben Jahre ist es her, seit Bernd Markert, Professor am Internationalen Hochschulinstitut, die Idee hatte [...] Sofort fand er dafür Verbündete: Rathaus- und Museumsmitarbeiter, Schulleiter, Vereinsvorsitzende, Unternehmer, Theaterleute, Wirte, Sponsoren.“  “Schlechtwettervariante ‚Rathaus‘ ist eingeplant.“
<b>2006</b>	„55 Handwerker, knapp 50 Gastronomen“	„Und natürlich an die Mitwirkenden. „Über 1 000 sind es““	„Wir gehen erfahrungsgemäß von über 15 000 aus.““  „Tausende Gäste drängen sich zum ‚Fabelhaften Zittau‘ durch die Stadt.“	„Wie im vergangenen Jahr wird aber wieder der Traumstern verkauft. Dieses Blinklicht dient auch ein Stück der Finanzierung“
<b>2007</b>	„Der tschechische Mittelaltermarkt wird daher verlagert.“	„1000 Helfern [...]“	„Eben diese Stimmung zog Besucher aus nah und fern an: Astrid Schwarz aus Potsdam beispielsweise oder Sinziana Dutescu aus Rumänien.“	„Tatsächlich floss wie verkündet an diesem Abend Bier für die Durstigen aus dem Brunnen.“  „[...]der erst später die

			<p><i>„Etwa 15000 bis 20000 Gäste besuchten das neunte Mittelalter-Spektakel Spectaculum Citaviae.“</i></p> <p><i>„Wir spüren, dass es immer besser organisiert ist und immer mehr Menschen den Weg nach Zittau finden““</i></p>	<p><i>Veranstaltung besuchte, habe allerdings längere Anmarschwege hinter sich bringen müssen, weil die Parkplätze in Zentrumsnähe komplett besetzt waren.“</i></p> <p><i>„Im kommenden Jahr steht die Jubiläums-Veranstaltung, das zehnte Spektakel, an. Dies soll dann an einem Sonnabend stattfinden“</i></p>
<b>2008</b>		<i>„Über 1000 Mitwirkende“</i>		<i>„Dank des Sponsorings, unter anderem von den Stadtwerken und der Sparkasse, ist das Spectaculum längst ein fester Bestandteil der Veranstaltungshöhepunkte in der Region und darüber hinaus geworden.“</i>
<b>2009</b>		<p>„Das Mittelalter-Spektakel erlebte Mittwochabend in Zittau die elfte Auflage. Es lockte wieder Tausende Besucher an.“</p>	<p>„Zittau lebt das Sptaculum. Und die Besucher lieben es.“</p> <p>„[...] oder Besucher von</p>	<p>„Mindestens eine Theorie hat sich am Mittwoch bestätigt: In Zeiten von Krisen und anderem Ungemach sucht das Volk verstärkt</p>

		„Das Spectaculum lebt von Mitmachern: [...] – ohne sie wäre ein Fest wie das nicht möglich.“	weiter weg, die es mehr oder weniger zufällig zum Spektakel verschlagen hat.[...] ,Unglaublich, was hier los ist“	nach Ablenkung.[...] Aber ob Krise oder nicht: Das Spectaculum ist schon lange ein Publikumsmagnet.“
<b>2010</b>	<p>„So hielt der Marktfrauenbrunnen eine besondere Überraschung parat. Statt Wasser strömte Bier aus der Leitung.“</p> <p>„Während 66 Gastronomen Deftiges, Süßes oder Flüssiges bereithielten, boten die 50 Händler ihre Handwerkskunst an“</p>	„1000 Helfer“		
<b>Jahr</b>	<b>Quellen</b>			
<b>1999</b>	Sefrin, Mario. Sächsische Zeitung, 05.07.1999; Klaus, Matthias. sz-online, 22.05.2008			
<b>2000</b>	Zacharias, Jürgen. Sächsische Zeitung, 02.06.2000; Klaus, Matthias. sz-online, 22.05.2008			
<b>2001</b>	Zacharias, Jürgen. Sächsische Zeitung, 25.05.2001; Klaus, Matthias. sz-online, 22.05.2008			
<b>2002</b>	Ym, Sächsische Zeitung, 10.05.2002			
<b>2003</b>	Sefrin, Mario. Sächsische Zeitung, 27.05.2003; Klaus, Matthias. sz-online, 30.05.2003			
<b>2004</b>	Lange, Jan. sz-online, 18.03.2004			
<b>2005</b>	Ulbrich, Jana. Sz-online, 04.05.2005			
<b>2006</b>	Dornich, Angelika. sz-online, 23.05.2006; Klaus, Matthias. sz-online, 26.05.2006			
<b>2007</b>	Schoepe, Silke. Sz-online, 18.05.2007; mk. sz-online, 22.05.2007			

---

<b>2008</b>	Klaus, Matthias. sz-online, 22.05.2008
<b>2009</b>	Klaus, Matthias. Sächsische Zeitung, 22.05.2009
<b>2010</b>	Christmann, Thomas. sz-online, 14.05.2010

Tab. 6: Analyse der Sächsischen Zeitung und sz-online 1999–2010 inkl. Quellentabelle

\* Rückblick 2008

---

Wie man der Tabelle entnehmen kann, sind die Berichte durchweg positiv ausgefallen. Auch die Besucheraussagen waren jedes Mal hervorragend.

Von der Finanzierung wird nur in den Jahren 2005 und 2006 berichtet, zum einen werden die Sponsoren erwähnt, zum anderen der „Traumstern“, welcher im siebenten Kapitel weiter erläutert wurde.

Die SZ schreibt vermehrt von den tschechischen Mitwirkenden, insbesondere vom tschechischen Mittelaltermarkt, dem Chor aus Hradek und den Gästen aus den alten Bundesländern und Rumänien.

Dies zeigt, wie grenzüberschreitend das Spectaculum wirklich ist.

Auch Besonderheiten, wie der „Bierbrunnen“ oder die Prämierung des besten Kostüms der Besucher werden in der Zeitung erwähnt.

Doch auch die negativen Aspekte beleuchten die Journalisten der Sächsischen Zeitung. Die Parkplatzknappheit wird mehrmals erwähnt, beim ersten Spectaculum im Jahr 1999 waren die Gastronomen nicht auf einen so großen Besucherstrom gefasst, wie er dann vorzufinden war. Die Sächsische Zeitung schreibt auch, dass die Menschen in Zeiten von Krisen vermehrt nach Zerstreuung und Ablenkung suchen. Auch die SZ bezieht sich dabei auf die Arbeitslosigkeit in der Region und nennt dabei eine Begründung, weshalb trotz dieser Umstände das Spectaculum so erfolgreich ist.<sup>34</sup> Außerdem wird mehrfach davon berichtet, wie beengend es auf einer solch großen Veranstaltung zugehen kann.

Es wird sowohl von der Idee und den Anfängen, als auch von den Meinungen der Besucher zum Spectaculum geschrieben.

---

<sup>34</sup> Klaus, Matthias: Spectaculum lässt Zittau „schillern“. In: Sächsische Zeitung, 22.05.2010

---

## 10 Zufriedenheitsanalyse der Veranstalter

Die Veranstalter sind seit jeher mit dem Spectaculum mehr als zufrieden. Es ist eines der beliebtesten – wenn nicht sogar *das* beliebteste – Fest in Zittau. Es ist grenz- und generationenüberschreitend, das Publikum ist vorwiegend friedlich gestimmt und somit sind bisher noch nie größere Probleme aufgetreten.

Wiepke Steudner sagte im Interview: „Das besondere Flair welches in der gesamten Innenstadt geschaffen wird ist hier ebenso zu erwähnen, wie die Vielzahl der ehrenamtlich Mitwirkenden (inzwischen fast 1000 – bei ca. 20.000 Einwohnern). Bei welcher Veranstaltung gibt es das noch?“ Die vielen Mitwirkenden sind wohl die größte Stärke der Veranstaltung, in diesem Falle laut Wiepke Steudner sogar das USP – also das einmalige Verkaufsargument.

Die Kulturangebote sind überragend, reichen von Gaukelei über Straßentheater bis hin zu seriösen Konzerten in den Kirchen der Stadt, vorwiegend in der Johanniskirche und der Klosterkirche.

„Außer Frage steht, dass das Spectaculum eine nicht mehr weg zu denkende Größe im Kulturgesehen der Stadt und weit darüber hinaus geworden ist, dass die Zittauer es wirklich lieben“, so die Kulturreferentin der Stadt Zittau und Leiterin der „Arbeitsgruppe Spectaculum“.

Ebenfalls überragend sind die großen Besucherzahlen, die bereits beim ersten Spectaculum im Jahr 1999 die Erwartungen der Veranstalter bei Weitem übertrafen. Damals lag die Zahl der Besucher noch weit unter dem heutigen Niveau, war jedoch mit ca. 2000 bis 3000 weit größer als vorgesehen. Erwartet wurden damals ca.

---

500 Gäste, was sich auch bei der Planung im Gastronomiegewerbe zeigte, wie die Sächsische Zeitung schreibt: „Die Organisatoren rechneten mit ein paar Hundert Zuschauern. Tausende kamen. Ab 21Uhr wurden die Bratwürste knapp, 22Uhr das Bier.“<sup>35</sup>

Mit einer solchen Fehleinschätzung hatte niemand gerechnet. Im zweiten Jahr unterlief dieser Fehler den Veranstaltern nicht mehr: „Mangelercheinungen‘ bei der Versorgung der Besucher wie 1999 soll es nicht mehr geben. Acht Gaststätten und fünf Betriebe des Gastronomiehandels machen mit.“<sup>32</sup>

Die Organisatorin Wiepke Steudner meint: „Da die Veranstaltung eintrittsfrei ist, kann die Besucherzahl nur schwieriger Schätzwert sein. Auf jeden Fall entwickelte sich die Besucherzahl in den ersten Jahren kontinuierlich nach oben und ist seit einigen Jahren konstant bei über 15.000 Besuchern am Abend einzuschätzen.“

Das erste Spectaculum begrenzte sich damals nur auf die Neustadt, doch schon im Jahr 2000 wurde das Fest ausgeweitet und findet heute in der gesamten Innenstadt Zittaus statt. Auch dies zeigt, wie begeistert die Menschen vom Mittelalterfest sind, da das Festgebiet jedes Jahr auf ein Neues mit einer Masse an Menschen überströmt wird.

---

<sup>35</sup> Klaus, Matthias: Zittau versinkt zum zehnten Mal im Mittelalter. Bescheiden fing es an, jetzt ist es ein Fest, das in der Region und darüber hinaus bekannt ist: das Spectaculum. Ein Blick zurück. In: sz-online, 22.05.2008



---

## 11 Einflüsse auf andere Wirtschaftsfaktoren

Das Spectaculum Citaviae lebt, wie schon des Öfteren erwähnt, von seinen zumeist freiwilligen Mitwirkenden. Doch auch andere Wirtschaftszweige sind von dieser Großveranstaltung betroffen und werden davon beeinflusst. Bei einigen ist ein Einfluss nicht ganz eindeutig, andere wollen (noch) nicht Bestandteil davon sein und wieder andere werden hauptsächlich positiv vom mittelalterlichen Treiben beeinflusst. Ohne Zweifel ist das Spectaculum nicht nur Regionen-, sondern auch Länderübergreifend, nicht zuletzt darum, weil Zittau direkt im Dreiländereck liegt. Das positive Flair existiert nicht nur bei den Besuchern, sondern auch bei den Mitwirkenden, ob freiwillig oder nicht sei dabei außer Acht gelassen.

### 11.1 Beherbergungswesen

Zum Beherbergungswesen zählen laut dem Statistischen Landesamt des Freistaates Sachsen Hotels, Pensionen, Jugendherbergen und Kurheime.

Die Zahl der im Mai geöffneten Beherbergungsbetriebe im Landkreis Löbau-Zittau schwankte in den Jahren 2000 bis 2009 zwischen 113 und 87. Dabei war die Auslastung stets von Januar bis April. Im Monat Mai war sie schließlich mit durchschnittlich 40,175% am stärksten. In den nachfolgenden Monaten stieg die Auslastung weiter an und hatte dabei durchschnittlich im Juli/August ihren Höhepunkt. Danach sank sie kontinuierlich wieder ab. Die Dauer des Auf-

---

enthalt lag im Mai bei durchschnittlich 2,9 Tagen. Auffällig ist, dass im Monat Mai die meisten Personen anreisen. Dieser Wert weicht nur in den Jahren 2000 und 2006 ab, in denen die meisten Personen im Juni bzw. im September die Region besuchten.<sup>36</sup>

Laut diesen Zahlen ist klar erkennbar, dass für Urlauber die Sommermonate am beliebtesten sind, obwohl die Region im Dreiländereck in den Wintermonaten dank des naheliegenden Riesengebirges ebenso ein beliebtes Urlaubsziel für Skifahrer ist.

Ob die Urlauber nur wegen des *Spectaculum Citaviae* die Region besuchen, ist natürlich nur Spekulation. Da es sich um ein um ein verlängertes Wochenende (rechnet man den Brückentag mit ein, der von Vielen genommen wird) handelt, nutzen natürlich viele Personen diese Zeit für einen Kurzurlaub.

Fakt ist jedoch, dass es durchaus Besucher gibt, die nicht aus Sachsen kommen, sondern beispielsweise aus dem Ruhrgebiet und sogar Rumänien.<sup>37</sup> Viele planen ihren Urlaub sogar so, dass sie zum *Spectaculum* in Zittau sind. Besonders die Besucher aus dem Westen Deutschlands sind laut Wiepke Steudner sehr begeistert vom *Spectaculum*, da es Mittelalterfeste in dieser Form dort nicht gäbe.

Für die Urlauber werden in den Hotels, Pensionen usw. auch die Flyer des *Spectaculums* ausgelegt. In Reisekatalogen und Reiseführern wird das Fest immer unter der Rubrik „Veranstaltungen“ erwähnt. So entscheiden sich viele Urlauber auch kurzfristig zu einem Besuch des Mittelalterfestes.

---

<sup>36</sup> Statistisches Bundesamt des Freistaates Sachsen

<sup>37</sup> Schoepe, Silke: Viel buntes Volk verzaubert die Stadt. In: sz-online, 18.05.2007

---

## 11.2 Transportwesen

Die örtliche Verkehrsgesellschaft im Kreis Görlitz ist die KVG (Kraftverkehrsgesellschaft Dreiländereck), eine Tochtergesellschaft von Abellio Deutschland. Die KVG hat drei Standorte in der Oberlausitz: Der Hauptsitz befindet sich in Zittau, zwei weitere Standorte gibt es in Löbau und Großschönau. Aktuell gibt es bei der KVG 62 Linien und beschäftigt 131 Mitarbeiter, 3 Auszubildende und erbringt rund 4,2 Mio. Kilometer Verkehrsleistung im Jahr.<sup>38</sup>

Die Veranstalter des Spectaculum Citaviae versuchen bereits seit Jahren, mit der KVG als Partner zusammenzuarbeiten. Es gab bereits mehrere Nachfragen von Besuchern, ob es eine Spectaculum-Sonderlinie gäbe, da es für die Menschen auf den umliegenden Dörfern, die kein Auto besitzen, schwierig ist, nach dem Fest wieder nach Hause zu gelangen. Nach dem Abschluss des Spectaculum, um ca. 23:00Uhr, fahren keine Busse mehr. Da jedoch viele Gäste von Außerhalb kommen, würde sich eine Sonderlinie mit Sicherheit lohnen.

## 11.3 Gastronomie

Die Zahl der Gastronomiestände hat sich im Laufe der Jahre von acht Gaststätten und fünf Betrieben auf 66 Gastronomiestände und 50 Handwerksbetriebe vermehrt. Doch nicht nur die Stände auf dem Festgelände werden von den Gästen reich besucht, auch die anliegenden Restaurants haben am Abend des Spectaculums immer ge-

---

<sup>38</sup> <http://abellio.de/bus/kraftverkehrsgesellschaft-dreilaendereck/ueber-uns/>

---

öffnet. Zusätzlich gibt es seit 2007 eine Besonderheit: Aus dem sanierten Marktfrauenbrunnen am Klosterplatz sprudelt an diesem Abend Bier statt Wasser für die zahlreichen Gäste.

Des Weiteren ist das Spectaculum auch ein grenzüberschreitendes Fest im Dreiländereck: Auf dem Johannisplatz bauen seit vielen Jahren die tschechischen Händler ihre Stände auf. Somit gehören auch diese Wirte und Handwerker fest zu der Veranstaltung.

---

## 12 Schlusswort

Bei der Untersuchung und Analyse des Mittelalterfestes „Spectaculum Citaviae“ in Zittau wurde zuerst die Faszination solcher Mittelalterspektakel allgemein erklärt, da es sich beim Spectaculum Citaviae um eine der beliebtesten Veranstaltungen in der ostsächsischen Region handelt.

Anschließend wurde die Lebenssituation in Zittau bzw. des Landkreises Görlitz zu untersucht. Hauptsächlich ging es dabei um die demografischen Entwicklungen sowie die Arbeitslosenquoten, wobei sich Letzteres in der Oberlausitz negativ entwickelt. Erstaunlich ist dabei, dass dieser Umstand kaum Auswirkungen auf die Veranstaltung hat.

Nachdem die soziodemografischen Entwicklungen geklärt waren, ging es darum, das Spectaculum Citaviae an sich zu analysieren, was die meiste Zeit in Anspruch nahm. Nicht nur das Fest, sondern auch die Medienresonanz, vor allem von der Sächsischen Zeitung, mussten untersucht werden.

Ein weiterer wichtiger Punkt waren die Einflüsse der Veranstaltung auf die Wirtschaft in der Region. Am interessantesten war dabei der Einfluss auf das Beherbergungswesen bzw. den Tourismus. Zwar konnte nicht 100%ig bewiesen werden, dass die Zahlen des Beherbergungswesens ausschließlich dem Spectaculum zu verdanken sind, doch die Recherchen ergaben, dass es durchaus Besucher gibt, die nicht aus der Region kommen bzw. extra wegen des Spectaculums anreisen.

---

Beim Schreiben dieser Arbeit ist klar geworden, dass die Veranstaltung sehr gut organisiert ist und die Veranstalter große Kompetenz besitzen. Größere Probleme sind in den zwölf Jahren, in denen das *Spectaculum Citaviae* die Menschen erfreut, nie aufgetreten und es wurden keine schwerwiegenden fachlichen Fehler begangen.

Das nächste große Ziel ist es, die Verkehrsgesellschaft von einer Sonderlinie zu überzeugen. Außerdem gibt es noch einige infrastrukturelle Probleme, was die mangelnden Parkplätze rund um das Veranstaltungsgelände betrifft. Ein Ansatzpunkt wären speziell eingerichtete Parkplätze, was sich jedoch aufgrund des mangelnden Platzes in der Stadt als äußerst schwierig gestalten dürfte.

Leider ließen sich einige Wiederholungen nicht vermeiden, so wurde wiederholt auf die demografischen Entwicklungen sowie die Arbeitslosenzahlen Bezug genommen. Diese Zahlen sind jedoch wichtig, um die soziodemografischen Aspekte in der Oberlausitz zu verstehen. Auch die Zahlen der Mitwirkenden wurden oft erwähnt, da diese essenziell für die Entstehung sowie die Stabilität des *Spectaculum* sind.

Als Abschluss ist zu sagen, dass das *Spectaculum Citaviae* kaum besser organisiert werden könnte, was die enormen Besucher- und Mitwirkendenzahlen belegen.

Auch in industrieschwachen Regionen wie der Oberlausitz kann mit solchen Veranstaltungen Abwechslung in den Alltag der Bevölkerung gebracht werden. Viele Menschen können dazu inspiriert werden selbst mitzuwirken, wodurch ein Gemeinschaftsdenken entstehen könnte. Das Publikum ist mit dem *Spectaculum Citaviae* verwachsen.

---

Eine Besonderheit wäre noch zu erwähnen: Aufgrund der besonderen geografischen Lage – Dreiländereck Deutschland, Polen, Tschechien – ist die internationale Zusammenarbeit auf kulturellem Gebiet sehr ausgeprägt und trägt zum Zusammenwachsen von Europa bei. Dies könnte mit einer weiterführenden Studie untersucht und herausgefunden werden.

---

## Literaturverzeichnis

### Grafiken & Bildquellen

[www.kreis-görlitz.de](http://www.kreis-görlitz.de)

TU CHEMNITZ: Räumliche Disparitäten in Sachsen, 2008

<http://www.tu-chemnitz.de/hsw/soziologie/institut/file-dl-UmFldW1saWNoZV9EaXNwYXJpdGFldGVuX2luX1NhY2hzZW4ucHB0-ABUHDysaAgsHAwwZWx4FERMFAQgTAEtUVldLVFJQSzZXUVhCUVM4ARADDwgGEg4TCRIcHBAKChIdAA8dFQMICRkHCAMAAINIGQUd.ppt>

Zittauer Stadtanzeiger Nr. 218 vom 10.07.2010

[http://www.zittau.de/2\\_rathaus/stadtanzeiger/2010/stadtanzeiger\\_218.pdf](http://www.zittau.de/2_rathaus/stadtanzeiger/2010/stadtanzeiger_218.pdf)

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO),  
2009 [http://www.euregia-bodensee.de/\\_ccms/download.php?attachment=grosse.pdf](http://www.euregia-bodensee.de/_ccms/download.php?attachment=grosse.pdf)

<http://www.stadtsanierung-zittau.de/download/Alterspyramide.pdf>

[http://www.pub.arbeitsagentur.de/hst/services/statistik/000000/html/start/gif/b\\_aloq\\_zr.shtml](http://www.pub.arbeitsagentur.de/hst/services/statistik/000000/html/start/gif/b_aloq_zr.shtml)

Google Maps, 2010

[http://www.zittau.eu/6\\_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm](http://www.zittau.eu/6_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm)

Weis, Kompakt-Training Marketing, 1. Auflage, Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1999, 183



---

Kreibohm, Michael. 2006

<http://de.academic.ru/pictures/dewiki/122/zittau-rathaus.jpg>

Zittauer Stadtentwicklungsgesellschaft mbH, 2008

[www.OberlausitzTV.de](http://www.OberlausitzTV.de)

## **Literaturquellen**

Holzbaur/Jettinger/Knauß/Moser/Zeller: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 3., erweiterte Auflage. Heidelberg 2005, 357

Weis, Marketing. 9., überarbeitete und erweiterte Auflage. Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1995, 588

Weis, Kompakt-Training Marketing, 1. Auflage, Ludwigshafen(Rhein): Kiehl 1999, 183

Kotler, Marketing Management. International Edition. 11. Auflage. New Jersey 2003, 836

Kotler/Keller/Bliemel, Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln. 12., aktualisierte Auflage, München 2007, 1261

## **Internetquellen:**

<http://www.zitate.de/db/ergebnisse.php?sz=21&stichwort=&kategorie=Alter&autor=>

[www.kreis-görlitz.de](http://www.kreis-görlitz.de)

<http://www.verwaltungsgeschichte.de/zittau.html>

---

<http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Kreise-Nav.html>

[http://www.zittau.de/6\\_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm](http://www.zittau.de/6_freizeit/feste/spectaculum/spectaculum.htm), 13.04.2010

<http://abellio.de/bus/kraftverkehrsgesellschaft-dreilaendereck/ueber-uns/>

**Andere:**

Tourist Information Zittau, Statistisches Bundesamt des Freistaates Sachsen

Sächsische Zeitung:

Sefrin, Mario. Sächsische Zeitung, 05.07.1999

Zacharias, Jürgen. Sächsische Zeitung, 02.06.2000

Zacharias, Jürgen. Sächsische Zeitung, 25.05.2001

Ym, Sächsische Zeitung, 10.05.2002

Klaus, Matthias. sz-online, 30.05.2003

Lange, Jan: Eigene Hymne soll „Spectaculum“ bereichern. Die besten Kostüme der Besucher werden beim sechsten Mittelalterspektakel am 19.Mai prämiert. In: sz-online, 18.03.2004

Ulbrich, Jana. Sz-online, 04.05.2005

Dornich, Angelika: Fabelhaftes Spectaculum mit Fuchs und Barde. Zum mittelalterlichen Treiben am morgigen Mittwoch sprach die SZ mit der Kulturreferentin der Stadt. In: sz-online, 23.05.2006

Klaus, Matthias. sz-online, 26.05.2006

Sefrin, Mario: Ohren kleben fürs Spectaculum. In: Sächsische Zeitung, 27.05.2006

Schoepe, Silke. Sz-online, 18.05.2007

mk. sz-online, 22.05.2007

Klaus, Matthias. sz-online, 22.05.2008

Klaus, Matthias. Sächsische Zeitung, 22.05.2009

Christmann, Thomas. sz-online, 14.05.2010

---

## Anhang

---

## Anlagenverzeichnis

<b><u>I. Interview mit Wiepke Steudner, Kulturreferentin Zittau</u></b> .....	<b>II</b>
<b><u>II. „Wenn Frühjahr ist im Lausitzland“ – Hymne des Spectaculum Citaviae</u></b> .....	<b>V</b>
<b><u>III. Ankündigungs-Flyer</u></b> .....	<b>VI</b>
<b><u>IV. Programm-Flyer mit Gastronomie-Einleger</u></b> .....	<b>VII</b>
<b><u>V. Programm-Flyer ohne Gastronomie-Einleger</u></b> .....	<b>VIII</b>
<b><u>VI. Tabellen Beherbergungswesen</u></b> .....	<b>IX</b>
<b><u>Erklärung zur selbstständigen Anfertigung</u></b> .....	<b>X</b>

---

## I. Interview mit Wiepke Steudner, Kulturreferentin Zittau

*Wieso ist das Spectaculum ausgerechnet am Abend vor Himmelfahrt?*

Das I. Spectaculum fand im Juli statt. Bereits das II. am Vorabend von Himmelfahrt. Nur einmal, zum X. Spectaculum wurde von diesem Termin abgewichen, da es der 1. Mai gewesen wäre. Für diese Veranstaltung wäre dieses Datum verfrüht gewesen, zumal es der Maifeiertag war und das Jubiläumsspectaculum zeitlich ausgedehnt werden sollte. Ansonsten hat sich der Termin sehr bewährt. Nicht an einem Schultag auch nicht im Juni/Juli/August – da in dieser Zeit eine große Veranstaltungsdichte vorhanden ist. Ebenso müssen die Ferienzeiten berücksichtigt werden. Desweiteren ist ein feststehender Termin sehr hilfreich.

*Inwiefern hat das Spectaculum Anziehungskraft auf den Tourismus?*

Es gibt durchaus Urlauber, die gerade Ihren Urlaub so planen, dass sie beim Spectaculum in Zittau sind. Darüber hinaus ist festzustellen, dass Touristen insbesondere aus Großstädten alter Bundesländer, ganz besonders fasziniert sind von dieser Veranstaltung.

*Gibt es Auswirkungen vom Tourismus auf das Spectaculum und vor allem die Stadt (Hotelbuchungen, Nutzung von Verkehrsmitteln (öffentlich und privat), Merchandise, finanzieller Faktor)*

Der bewährte Termin ist auch aus Tourismussicht gewählt. Das Himmelfahrtswochenende ist ein sehr beliebter Zeitpunkt, zu dem die Hotels in Zittau und Umgebung sehr gut belegt sind. Desweiteren hat das Spectaculum natürlich weitreichende Auswirkungen auf die unterschiedlichsten gastronomischen Anbieter. Es gibt circa 60 Gastronomiestände bei der Veranstaltung, die es sich zu Aufgabe machen Tausende Besucher zu verpflegen.

*Wie ist die Besucherresonanz?*

Die Besucherresonanz war 1999 beim I. Spectaculum bereits höher als erwartet. Bei der neuen Veranstaltung, die damals nur auf der Neustadt stattfand, wurden ca. 500 Besucher von der AG erwartet doch etwa 2000-3000 kamen. Da die Veranstaltung eintrittsfrei ist, kann die Besucherzahl nur schwieriger Schätzwert sein. Auf jeden Fall entwickelte sich die Besucherzahl in den ersten Jahren kontinuierlich nach oben und ist seit einigen Jahren konstant bei über 15.000 Besuchern am Abend einzuschätzen.

---

*Wie sind die Reaktionen der Medien? Gibt es vor und nach dem Spectaculum eine große Resonanz?*

Die Medien sind am Spectaculum sehr interessiert. Auch dort ist die Beliebtheit der Veranstaltung inzwischen bekannt. Bestimmte Magazine nehmen inzwischen das Spectaculum kostenfrei auf, weil sie meinen selbst mit ihrem Produkt dafür werben zu können.

*Wer sind die Sponsoren? Wie läuft die Sponsoren-Akquise ab? Welche ständigen Sponsoren gibt es und wer sind wechselnde Sponsoren?*

Hauptsponsoren sind seit vielen Jahren die Stadtwerke Zittau GmbH und die Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien. Diese Einrichtungen sind auch in der AG vertreten und bringen sich nicht nur finanziell sondern auch inhaltlich ein. Zu unterschiedlichen Themen wurden in den vergangenen Jahren zusätzlich Geldgeber gewonnen. So 2010 Digades zum Thema: „sprudelndes Zittau“, welches sich auf die vielen Brunnen dieser Stadt und insbesondere den 300. Geburtstag des Schwanenbrunnens bezog.

*Was ist das USP (einmaliges Verkaufsargument) der Veranstaltung?*

Ohne USP wäre das Spectaculum sicher nicht so erfolgreich, so beliebt und so gut besucht. Das besondere Flair welches in der gesamten Innenstadt geschaffen wird ist hier ebenso zu erwähnen, wie die Vielzahl der ehrenamtlich Mitwirkenden (inzwischen fast 1000 – bei ca. 20.000 Einwohnern). Bei welcher Veranstaltung gibt es das noch?

*Gibt es Checklisten und wie ausführlich sind diese?*

Entsprechend der vorhandenen Unterlagen der Vorjahre und ständig einzuarbeitender neuer Erkenntnisse, Änderung von Kontaktdaten und ähnliches, wird die nächste Veranstaltung vorbereitet.

*Welche „Konkurrenten“ gibt es?*

Mittwoch vor Himmelfahrt tendieren die Konkurrenten gen Null.

*Haben die mittelalterliche Stadtführung oder andere Stadtführungen einen Einfluss auf das Spectaculum?*

Die Stadtführungen haben eher weniger Einflüsse. Es gab Ideen diese einzubinden, was aber so nicht möglich ist.

---

*Welchen Stellenwert hat das Spectaculum in der Lebenskultur der Stadt? Können Sie eine Note im Vergleich zu anderen Festen (Stadtfest, Musiknacht, Filmnächte) vergeben?*

Die Bewertung mit Noten denke ich, sollte wenn erforderlich durch Bevölkerungsbefragung erfolgen. Man sollte die Lebenskultur der Stadt nicht von Amtswegen benoten, denke ich. Auch sind meiner Meinung nach z. B. Spectaculum und Filmnächte so nicht vergleichbar. Aber außer Frage steht, dass das Spectaculum eine nicht mehr weg zu denkende Größe im Kulturge-schehen der Stadt und weit darüber hinaus geworden ist, dass die Zittauer es wirklich lieben.

*Wo sehen Sie Stärken und Schwächen?*

Das Spectaculum zeigt in vorbildlicher Weise und das über Jahre, was durch die Bündelung von vorhandenen Ressourcen erreicht und dem Bürger geboten werden kann. Es ist grenzüberschreitend, verbindet Generationen, hat ein frohgestimmtes friedliches Publikum und eine Kulturangebotsbreite von Gaukelei, Straßentheater bis hin zum seriösen Konzert in Kirchen. Es wurde geschafft, circa 1000 Aktive zu finden und über Jahre zum Mitmachen zu begeistern. Dies sind einige Stärken der Veranstaltung. Schwächen zu finden fällt beim Spectaculum wirklich schwer.

---

II. „Wenn Frühjahr ist im Lausitzland“ – Hymne des Spectaculum Citaviae

„Wenn Frühjahr ist im Lausitzland, muss man in Zittau sein.

Denn im historischen Gewand lädt diese Stadt dann ein.

Wenn Frühjahr ist im Lausitzland – ju–ja Lausitzland – muss man in Zittau sein.

Die Marktfrau und die Rittersleut, sie alle kommen dann.

Das Burgfräulein den Weg nicht scheut, sowie der Adelsmann.

Das Burgfräulein den Weg nicht scheut – ju–ja weg nicht scheut – und alle kommen dann.

Der Gaukler seine Künste zeigt, die jedes Herz erfreu’n.

Der Mönch, der Abt, die Ordensfrau das Fest hier nicht bereu’n.

Mönch, der Abt, die Ordensfrau – ju–ja Ordensfrau – das Fest hier nicht bereu’n.

Doch erst einmal „Willkommen hier“, der frohen Menschenschar.

Willkommen zum „Spectaculum“ in Zittau jedes Jahr.

Willkommen zum „Spectaculum“ – ju–ja „Spectaculum“ – in Zittau jedes Jahr.“ <sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Textliche Neufassung: Volkmar Böhm. Quelle ist die Rückseite des Veranstaltungsflyers.



---

### III. Ankündigungs-Flyer

---

#### IV. Programm-Flyer mit Gastronomie-Einleger

---

V. Programm-Flyer ohne Gastronomie-Einleger

---

## VI. Tabellen Beherbergungswesen<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Tourist Information Zittau. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen.

---

## Erklärung zur selbstständigen Anfertigung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Zittau, 28.08.2010